

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS SALI AL-AITAAM

Surat Keputusan Nomor: 541/EQ/2021 Tanggal 7 Desember 2021

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Jl. Aceng Sali Al-Aitaam No.1 Ciganti, Bojongsong Kabupaten Bandung 40287 Telp. 022-8750 0756
Email : fakultasikom@unisal.ac.id

Nomor : 088/SPeng/UNISAL-FIKOM/DEK/VI/2026
Perihal : Surat Pengantar Penelitian
Lampiran : -

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Kepala Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat
Di Tempat

Dengan Hormat,

Teriring salam serta doa semoga Bapak/Ibu senantiasa ada dalam lindungan Allah SWT dan sukses dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

Sehubungan dengan kegiatan akademik mahasiswa, bersama ini kami sampaikan bahwa :

Nama : Widi Annisyabani
NIM : 2270201070
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
No. Telepon : 0855-2070-3935

Adalah benar mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sali Al-Aitaam yang sedang menyusun tugas akhir/skripsi dengan judul :
"STRATEGI PUBLIC RELATIONS DISPUSIPDA JABAR DALAM MEMBANGUN CITRA LEMBAGA SEBAGAI SARANA LITERASI DAN EDUKASI SEJARAH (Studi Kasus pada Public Relations Dispupisda Jabar)".

Adapun penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam rangka penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.).

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon kiranya Bapak/Ibu Pimpinan dapat memberikan izin serta arahan kepada mahasiswa yang bersangkutan selama pelaksanaan penelitian, dengan tetap memperhatikan ketentuan dan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pengantar ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

Bandung, 15 Juni 2026

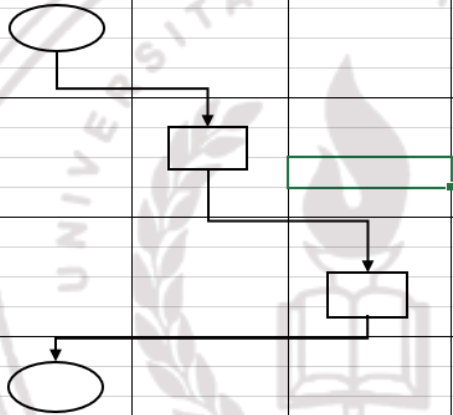
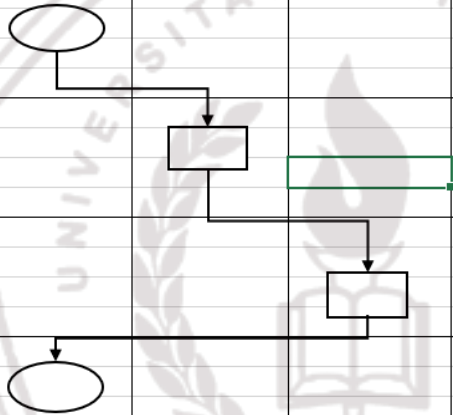
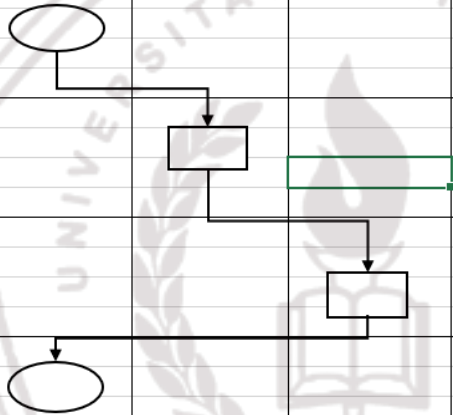
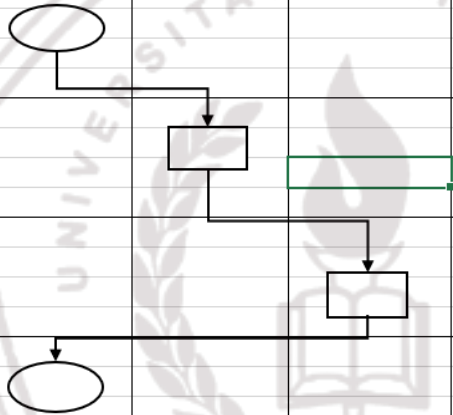
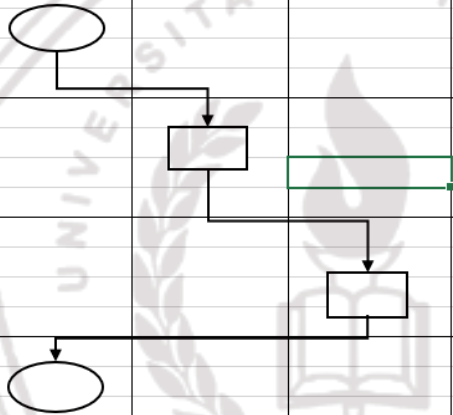
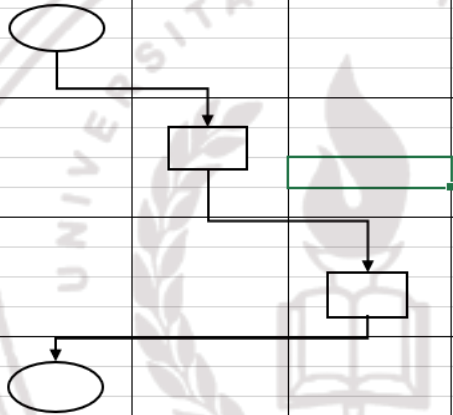
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Dedy Firdadi Ginanjar, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN : 0410087803

Tembusan :
1. Arsip

Lampiran 2 SOP Pelaksanaan Layanan Kunjungan Resmi

PELAKSANAAN LAYANAN KUNJUNGAN RESMI								
PROSEDUR								
NO	URAIAN KEGIATAN	PELAKSANA			MUTU BAKU			KET.
		TAMU KUNJUNGAN RESMI	PETUGAS REGISTRASI	PETUGAS LAYANAN PERPUSTAKAAN	PERSYARATAN	WAKTU	OUTPUT	
1	Menyimpan barang di loker dan mengisi buku tamu				- Surat pengantar, booking tgl kunjungan, berpakaian sopan	30 menit	Buku pengunjung yang telah diisi identitas tamu kunjungan resmi	SOP penggunaan loker, SOP PPID
2	Memberikan layanan informasi kepada Pemustaka, jika diperlukan				- Buku pengunjung yang telah diisi identitas tamu kunjungan resmi	10 menit	Informasi	
3	Menerima kunjungan resmi				- Daftar tamu kunjungan resmi	1 jam	Informasi perpustakaan Dispusipda Provinsi Jawa Barat	
4	Tamu kunjungan menerima layanan kunjungan resmi				- Informasi perpustakaan Dispusipda Provinsi Jawa Barat	4 jam	Layanan kunjungan resmi terpenuhi	

Lampiran 3 SOP Layanan Perpustakaan Keliling

PELAKSANAAN LAYANAN PERPUSTAKAAN KELILING									
PROSEDUR									
NO.	KEGIATAN	PELAKSANA				MUTU BAKU			KET
		KABID	TIM TU BIDANG	PENGELOLA PERPUSTAKAAN	PENGELOLA PERPUSTAKAAN	KELENGKAPAN	WAKTU	OUTPUT	
1	2	3		5	5	6	7	8	9
1.	Menugaskan tim TU pada Bidang mempersiapkan pelaksanaan kegiatan layanan perpustakaan keliling					Perintah/disposisi	10 menit	Dokumen Surat Perintah	
2.	Membuat konsep jadwal pelaksanaan kegiatan perpustakaan keliling dan menghubungi lokasi yang dituju sesuai dengan jadwal yang telah					Perintah/disposisi	10 menit	Dokumen Surat Perintah	
3.	Memberitahukan informasi ke tim TU Bidang					Jadwal	5 menit	Dokumen Surat Perintah	
4.	Melaporkan kepada kepala bidang dan kepala bidang menugaskan petugas pelaksana perpustakaan keliling					Informasi		Dokumen Surat Perintah	
5.	melaksanakan kegiatan layanan perpustakaan keliling					Informasi dan kendaraan Perpustakaan Keliling	6 jam	Pelaksanaan Pelayanan	
6.	Membuat dan menyusun laporan kegiatan layanan perpustakaan keliling					Informasi dan kendaraan Perpustakaan Keliling		Laporan	

Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara dan Observasi



Gambar 1 Peneliti Dengan Informan Eksternal Ahli



Gambar 3 Peneliti Dengan Informan Internal Pendukung



Gambar 5 Pemaparan Pengelolaan Arsiparis



Gambar 7 Wisata Literasi Hall of Fame



Gambar 2 Peneliti Dengan Informan Internal Utama

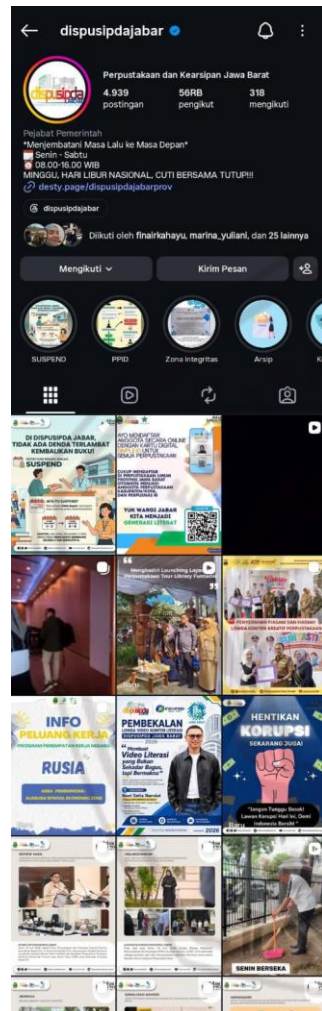


Gambar 4 Pembukaan Acara Kunjungan



Gambar 6 Wisata Literasi Galeri Covid-19

Lampiran 5 Media Sosial Dispusipda Jabar



I. Lampiran 6 Panduan Wawancara dan Panduan Observasi Non-Partisipatif

PANDUAN WAWANCARA dan OBSERVASI NON-PARTISIPATIF Strategi *Public Relations* Dispusipda Jabar dalam Membangun Citra Lembaga sebagai Sarana Literasi dan Edukasi Sejarah (Studi Kasus pada *Public Relations* Dispusipda Jabar)

Peneliti : Widi Annisyabani
NIM : 2270201070
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Universitas : Universitas Sali Al-Aitaam
Tahun : 2026

II. PANDUAN WAWANCARA

Pendahuluan

Panduan wawancara ini disusun sebagai pedoman pengumpulan data lapangan dalam penelitian yang berjudul *Strategi Public Relations Dispusipda Jabar dalam Membangun Citra Lembaga sebagai Sarana Literasi dan Edukasi Sejarah*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, di mana peneliti akan melakukan observasi terus terang kepada pihak *Public Relations* Dispusipda Jabar. Sumber data mengetahui sejak awal hingga akhir bahwa peneliti sedang melakukan penelitian. Namun pada situasi tertentu, peneliti dapat bersikap tersamar apabila data yang diperlukan bersifat sensitif atau belum dapat dipublikasikan, guna memastikan kelengkapan dan kedalaman data yang diperoleh.

Fokus Penelitian

Strategi *Public Relations* Dispusipda Jabar dalam membangun citra lembaga sebagai sarana literasi dan edukasi sejarah, menggunakan teori strategi *Public Relations* (Cutlip & Center, 2006) yang mencakup empat tahap: riset, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.

Masalah Penelitian

Penyampaian informasi mengenai *Hall of Fame* dan Galeri *Covid-19* kepada masyarakat belum optimal, sementara Dispusipda Jabar sebagai lembaga publik seharusnya mampu mengkomunikasikan peran dan fungsi edukatifnya secara efektif kepada masyarakat.

INFORMAN KUNCI 2 - Dosen *Public Relations*

Identitas Informan :

Nama :

Jabatan/Institusi :

Tanggal Wawancara :

Pengantar:

Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan perspektif akademis mengenai strategi *Public Relations* dalam konteks lembaga pemerintah yang memiliki fungsi edukatif.

Pertanyaan Wawancara:

Tahap Riset

1. Menurut Bapak/Ibu, seberapa penting tahap riset dalam strategi *Public Relations* lembaga pemerintah daerah seperti Dispusipda Jabar?
2. Pendekatan riset seperti apa yang idealnya dilakukan oleh *Public Relations* lembaga publik sebelum menyusun strategi komunikasinya?

Tahap Perencanaan

1. Menurut teori strategi *Public Relations* (Cutlip & Center, 2006), bagaimana seharusnya tahap perencanaan dijalankan oleh lembaga seperti Dispusipda Jabar yang memiliki fungsi ganda sebagai sarana literasi dan edukasi sejarah?
2. Elemen apa saja yang harus ada dalam perencanaan strategi *Public Relations* lembaga publik agar efektif membangun citra lembaga?

Tahap Pelaksanaan

1. Menurut Bapak/Ibu, apa tantangan utama yang biasanya dihadapi lembaga pemerintah dalam melaksanakan strategi *Public Relations* -nya?
2. Bagaimana seharusnya lembaga seperti Dispusipda Jabar mengkomunikasikan fasilitas uniknya seperti *Hall of Fame* dan Museum Covid-19 kepada masyarakat secara efektif?

Tahap Evaluasi

1. Mengapa evaluasi menjadi tahap yang sangat penting dalam siklus strategi *Public Relations*, terutama bagi lembaga pemerintah?
2. Menurut Bapak/Ibu, model evaluasi seperti apa yang paling tepat diterapkan untuk mengukur keberhasilan strategi *Public Relations* lembaga publik dalam membangun citra?

INFORMAN UTAMA - *Public Relations* Dispusipda Jabar

Identitas Informan:

Nama :

Jabatan :

Lama Bertugas :

Tanggal Wawancara :

Pengantar:

Wawancara ini bertujuan untuk menggali secara mendalam bagaimana strategi *Public Relations* Dispusipda Jabar direncanakan, dilaksanakan, dan dievaluasi dalam membangun citra lembaga sebagai sarana literasi dan edukasi sejarah.

Pertanyaan Wawancara:

Tahap Riset

1. Apa yang melatarbelakangi Dispusipda Jabar dalam menghadirkan *Hall of Fame* (Panggung Inohong) dan Museum *Covid-19* sebagai fasilitas edukatif?
2. Sebelum menyusun strategi *Public Relations*, riset atau pengumpulan data seperti apa yang dilakukan untuk memahami kebutuhan dan persepsi masyarakat terhadap Dispusipda Jabar?
3. Siapa saja pihak yang dilibatkan dalam proses riset tersebut?
4. Isu atau tantangan komunikasi apa yang ditemukan dari hasil riset tersebut?

Tahap Perencanaan

1. Bagaimana Dispusipda Jabar menyusun rencana strategi *Public Relations* untuk membangun citra lembaga sebagai sarana literasi dan edukasi sejarah?
2. Siapa saja yang terlibat dalam proses perencanaan strategi *Public Relations* tersebut?
3. Apa tujuan komunikasi utama yang ingin dicapai melalui strategi *Public Relations* Dispusipda Jabar?
4. Program atau kegiatan apa saja yang direncanakan untuk memperkenalkan *Hall of Fame* dan Museum *Covid-19* kepada masyarakat?
5. Media atau saluran komunikasi apa yang dipilih dalam rencana strategi *Public Relations* Dispusipda Jabar?

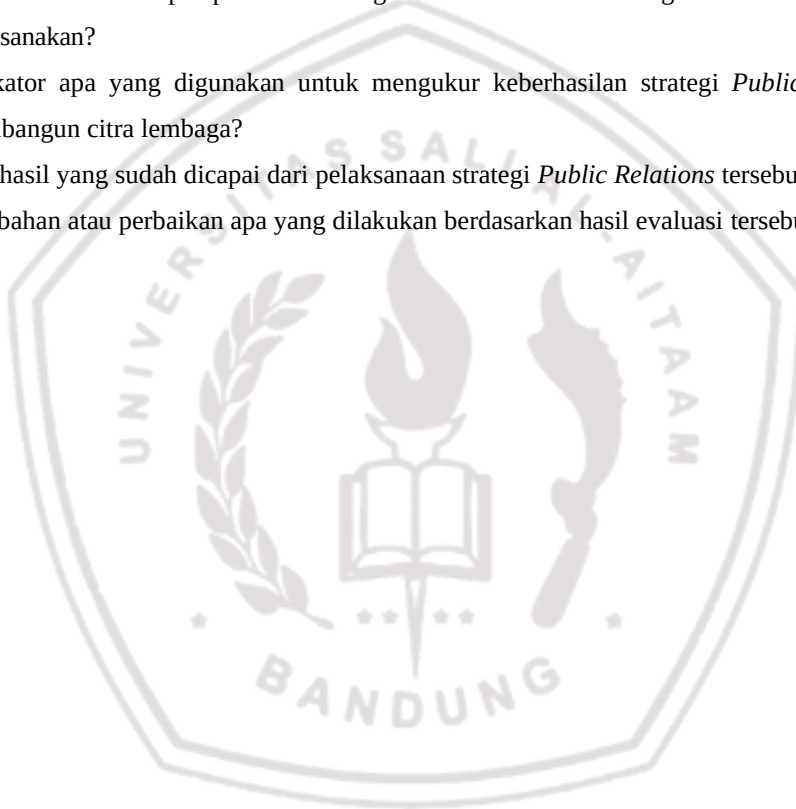
Tahap Pelaksanaan

1. Bagaimana strategi *Public Relations* yang sudah direncanakan tersebut diimplementasikan di lapangan?
2. Kegiatan komunikasi apa saja yang sudah dilaksanakan oleh *Public Relations* Dispusipda Jabar dalam memperkenalkan *Hall of Fame* dan Museum *Covid-19* kepada masyarakat?

3. Bagaimana pemanfaatan media sosial dalam pelaksanaan strategi *Public Relations* Dispusipda Jabar?
4. Kendala apa yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi *Public Relations* tersebut dan bagaimana cara mengatasinya?
5. Bagaimana keterlibatan masyarakat atau pengunjung dalam kegiatan yang dilaksanakan?

Tahap Evaluasi

1. Mengapa evaluasi perlu dilakukan dalam strategi *Public Relations* Dispusipda Jabar?
2. Bagaimana cara Dispusipda Jabar mengevaluasi efektivitas strategi *Public Relations* yang telah dilaksanakan?
3. Indikator apa yang digunakan untuk mengukur keberhasilan strategi *Public Relations* dalam membangun citra lembaga?
4. Apa hasil yang sudah dicapai dari pelaksanaan strategi *Public Relations* tersebut hingga saat ini?
5. Perubahan atau perbaikan apa yang dilakukan berdasarkan hasil evaluasi tersebut?



INFORMAN PENDUKUNG - Staf Dispusipda Jabar

Identitas Informan :
 Nama :
 Jabatan/Divisi :
 Lama Bertugas :
 Tanggal Wawancara :

Pengantar:

Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran dari sisi operasional mengenai pelaksanaan strategi *Public Relations* Dispusipda Jabar dalam kegiatan sehari-hari.

Pertanyaan Wawancara:

Tahap Riset

1. Apakah Anda mengetahui adanya proses pengumpulan data atau riset yang dilakukan oleh *Public Relations* Dispusipda Jabar sebelum menyusun program kegiatan?
2. Apakah staf dilibatkan dalam proses pengumpulan informasi atau masukan dari masyarakat?

Tahap Perencanaan

1. Apakah Anda mengetahui rencana atau program kerja *Public Relations* Dispusipda Jabar terkait promosi *Hall of Fame* dan Museum *Covid-19*?
2. Apakah ada koordinasi antara divisi *Public Relations* dengan divisi lain dalam merencanakan kegiatan komunikasi lembaga?

Tahap Pelaksanaan

1. Kegiatan komunikasi atau promosi apa saja yang Anda ketahui atau ikut terlibat dalam pelaksanaannya?
2. Bagaimana respons masyarakat atau pengunjung terhadap fasilitas *Hall of Fame* dan Museum *Covid-19* yang Anda amati secara langsung?
3. Menurut Anda, apakah masyarakat sudah cukup mengenal dan memahami fungsi edukatif Dispusipda Jabar, khususnya *Hall of Fame* dan Museum *Covid-19*?
4. Kendala apa yang Anda rasakan dalam kegiatan komunikasi atau promosi yang dilakukan Dispusipda Jabar?

Tahap Evaluasi

1. Apakah ada proses evaluasi kegiatan yang Anda ikuti atau ketahui di Dispusipda Jabar?
2. Menurut Anda, apa yang perlu ditingkatkan dari strategi komunikasi Dispusipda Jabar agar masyarakat lebih mengenal *Hall of Fame* dan Museum *Covid-19*?

III. PANDUAN OBSERVASI NON-PARTISIPATIF

Selama terjun langsung ke lapangan, selain melakukan wawancara peneliti juga perlu mencatat hal-hal berikut:

1. Suasana dan kondisi fisik *Hall of Fame* (Panggung Inohong) dan Galeri *Covid-19* saat dikunjungi
2. Interaksi antara staf/pemandu dengan pengunjung yang terjadi secara natural
3. Kegiatan komunikasi atau promosi yang berlangsung selama periode observasi
4. Respons dan antusiasme pengunjung terhadap fasilitas edukatif yang ada
5. Konten media sosial resmi Dispusipda Jabar yang dipublikasikan selama periode penelitian
6. Dokumen atau materi publikasi lembaga yang dapat dikumpulkan sebagai data pendukung



Lampiran 7 Transkrip Wawancara Informan Eksternal Ahli

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN EKSTERNAL AHLI
STRATEGI *PUBLIC RELATION* DISPUSIPDA JABAR DALAM MEMBANGUN CITRA
LEMBAGA SEBAGAI SARANA LITERASI DAN EDUKASI SEJARAH
 (Studi Kasus pada *Public Relation* DISPUSIPDA JABAR)

I. Jadwal Wawancara

1. Hari, Tanggal : Rabu, 17 Juni 2026
2. Waktu : 13.30 s.d 14.15 WIB

II. Identitas Informan

Nama : Mia Tania
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Jabatan : Akademisi *Public Relation*
 Pendidikan Terakhir : Magister Komunikasi

III. Percakapan Wawancara



Widi

Oke ibu ini untuk yang pertama pertanyaannya adalah menurut Ibu seberapa penting tahap riset dalam strategi *Public Relation* lembaga pemerintah daerah seperti DISPUSIPDA JABAR?

Ibu Mia

Ya, jadi tahap riset itu sangat penting dilakukan sebelum melakukan sebuah strategi. Kenapa? Karena dengan adanya riset, kita tahu apa yang dibutuhkan oleh lembaga, kemudian apa yang bisa diperbaiki

dari semua strategi yang sudah digunakan. Yang ketiga, bisa mengambil sebuah kebijakan untuk membuat strategi yang tepat gitu. Jadi riset itu fungsinya untuk melihat posisi lembaga juga sejauh ini perkembangannya seperti apa.

Sehingga *Public Relation* itu bisa mengambil strategi yang tepat sesuai dengan kebutuhan, sesuai dengan ee apa kebutuhan pengembangan lembaga juga supaya ee perencanaan *Public Relation* atau strategi *Public Relation* -nya itu bisa berjalan dengan maksimal gitu.

Widi

Baik Ibu, kemudian yang kedua ee keduanya pendekatan riset seperti apa yang idealnya dilakukan oleh *Public Relation* lembaga publik sebelum menyusun strategi komunikasi?

Ibu Mia

Nah, jadi risetnya itu bisa dilakukan dengan beberapa tahap ya yang pasti risetnya itu dilakukan di tiga aspek yang pertama dari lembaga, yang kedua masyarakat, yang ketiga pemerintah yang mendukung pada apa namanya strategi *Public Relation* yang nantinya berkelanjutan gitu.

Yang pertama dari lembaga ya risetnya itu melihat sejauh mana sih strategi yang saat sebelumnya sudah dilakukan, kemudian ee evaluasinya apa, kekurangannya apa, kelebihanannya apa, kemudian ya salah satunya yang kasus apa yang ee *Hall of Fame* itu kenapa sampai tidak ada ee fasilitatornya itu harus digali gitu supaya kita tahu gitu.

Oh, kenapa sih dari pihak lembaga ada hambatan-hambatan apa gitu ya. Misalnya nanti bisa diketahui oh, tidak ada karyawan misalnya yang bisa *standby*. Nah, nanti bisa ditemukan solusinya gitu. tuh. Kemudian dari masyarakat. Nah, sejauh mana ee strategi *Public Relation* yang sudah dilakukan menjangkau masyarakat gitu. Misalnya ee apa namanya?

Masyarakat sudah mengetahui nih fasilitas dari Dispusipda, tapi ee ketika mereka mengunjungi Dispusipda ee ada kekurangan misalnya dari fasilitatornya.

Kemudian kedua, apakah dari ee Dispusipda sendiri bisa menjangkau masyarakat secara tidak langsung ya melalui berbagai media misalnya mau media sosial kemudian media digital atau misalkan media lain yang memang ada unsur edukasi atau informasinya dari pihak disposisi dan gitu. Kemudian pihak pemerintah misalnya ya.

Apalagi ini kan sesama lembaga pemerintah ya. Nah, dari strategi *Public Relation* yang dilaksanakan kita riset sejauh mana sih kerja sama disposisi dan dengan lembaga dengan pemerintah.

Kan istilahnya suka ada dukungan ya dari pemerintah baik dari dana atau misalkan dari anggaran entah APBN atau apa ya misalkan anggaran karyawan, anggaran pembangunan fasilitas, kemudian ee anggaran ee apa misalnya dukungan apa ya istilahnya yang bukan hanya ee material aja tapi bisa juga dari fasilitas misalnya atau SDM yang bisa disinergikan oleh pemerintah ke Dispusipda gitu.

Widi

Oke Ibu, kemudian yang ketiga ee bagaimana seharusnya tahap perencanaan dijalankan gitu bu?

Ibu Mia

Kalau melihat dari strategi PR itu ee yang pertama adalah kita melihat ee perencanaan ya perencanaannya dulu seperti apa. Eh riset dulu.

Jadi ee pertama riset dulu. Bentar, memang secara teori itu kan perencanaan, organizing, pelaksanaan, dan evaluasi. Nah, tapi idealnya ada riset dulu di belakang perencanaan. Jadi sebelum melakukan perencanaan itu riset dulu yang tadi disampaikan. Nah, baru setelah tahu riset dan ada evaluasinya baru ke perencanaan.

Perencanaannya apa nih yang setelah hasil riset itu diketahui baru direncanakan mulai dari perbaikan ee apa pengkondisian dan juga pengembangan. Kemudian pengorganisasian. Nah, nanti dari pihak PR ini perlu apa aja nih atau divisi mana aja yang bisa mendukung perencanaan *Public Relation* itu gitu.

Misalnya bisa jadi bukan hanya divisi humas aja tapi bisa jadi divisi lain gitu. Atau misalkan kalau perlu. Nah, eh Kenapa? apa? Organizing ya. Nah, jadi bisa jadi mungkin bukan hanya dari lembaga aja yang bisa. Apa Kak? Gelap. Iya, emang gelap ya udah gimana?

Nah, misalnya bukan hanya orang Dispusipda aja nih, misalnya orang *Public Relation*. Kan banyak ya bisa kerja sama. Nah, misalnya apa namanya? Bukan hanya orang lembaga aja nih zaman sekarang kan zaman sekarang kan kalau kolaborasi itu bisa sama siapa aja kan? Bisa sama masyarakat, influencer atau apapun gitu kan. Bisa berkolaborasi dengan masyarakat gitu.

Kemudian di tahap pelaksanaan. Nah, tentunya pelaksanaannya juga kan butuh ini ya kontroling yang bagus ya. Misalnya dari pelaksanaan baik dari SDM, fasilitas, dana dan juga bagaimana progres perencanaannya apakah sudah berjalan dengan baik atau tidak gitu. Yang terakhir adalah evaluasi. Gitu. Jadi dari semua tahapan sudah dilakukan itu dievaluasi apakah efektif atau tidak. Nah, nanti muter lagi. Udah evaluasi nanti reset lagi gitu.

Widi

Oiya Ibu, kemudian elemen apa yang harus ada dalam perencanaan *Public Relation* agar efektif membangun citra lembaga?

Elemen, elemen dalam membangun citra.

E, bisa beberapa ya, yang pertama ketika mau membangun citra lembaga itu adalah e, yang satu perencanaan dulu. Ya, e, eh, maaf balik balik lagi juga ke riset riset dulu. Misalkan sejauh mana sih citra lembaga ini di mata publik, di mata lembaga gitu ya atau di lembaga pemerintah. Nah, apakah citranya misalnya negative? netral, positif, atau belum bisa diketahui. Nah, ini harus diketahui dulu. Citra lembaganya ini yang mana posisinya? Kalau misalkan negatif berarti harus diperbaiki sampai ke netral.

Kalau netral gimana caranya ngebagusin? Nah, udah bagus. Nah, gimana caranya supaya citranya tetap ada di posisi bagus gitu. Jadi harus diketahui dulu posisinya di mana. Gitu.

Kemudian setelah mengetahui posisinya, elemennya ee balik lagi ke perencanaan *Public Relation* gitu. Strategi apa nih yang tepat gitu ya. Misalnya kalau untuk menaikkan lembaga ee citra menaikkan ee citra lembaga pemerintah berarti ada ee satu hal yang memang harus menaikkan gitu. Iya. Apakah menggunakan ee apa?

Berkolaborasi dengan tokoh tertentu misalkan dengan yang apa ee citranya positif. Kemudian yang kedua dengan program-program yang yang bisa menaikkan citra, misalkan ee memberikan edukasi ke warga, misalnya ke apa? Ke penduduk yang memang ee ada interest-nya dengan Dispusipda gitu.

Kan ee banyak ya Ibu juga melihat misalnya dengan menaikkan citra dengan program misalnya Ibu pernah lihat ya di daerah sini aja TK dulu alumni ee anaknya Ibu. Nah, itu kan kerja sana dengan Dispusipda sampai ke dua angkatan gitu ya. Mereka mengadakan ee satu program di mana di situ ee edukasi literasi atau apa gitu.

Pokoknya mereka tuh mengunjungi Dispusipda gitu. Jadi mereka ee wisata edukasi gitu. Nah, nanti jadi masyarakat tuh tahu oh ternyata di daerah sana tuh ada perpustakaan loh gitu. Bahkan Ibu aja baru tahu. Baru tahu. Ternyata di sana ada perpustakaan seluas itu apalagi ada yang *Hall Of Fame* dan lain-lain gitu. Kita sebagai masyarakat tuh ee belum tersentuh dengan informasi-informasi itu gitu. Itu tuh penting banget loh gitu kan.

Apalagi istilahnya ee ee literasi itu kan bagian dari ee kebutuhan orang tua juga gitu Iya ya. Apalagi orang tua zaman sekarang kan lebih melek parenting ya. Gitu. Jadi ada hal-hal yang berbau edukasi itu mereka interest gitu. Kemudian tahap pelaksanaan ya. Ya, ee apa tantangan utama yang biasanya dihadapi dalam melaksanakan strategi *Public Relations*?

Kalau Ibu rasa lebih ke ini ya ee Eee, ketika mereka mau berkoordinasi dengan lembaga pemerintah lagi. Kalau misalkan masyarakat itu kan bisa mereka kontrol ya, bisa disipulas kontrol gitu kemudian dengan orang disipulasnya sendiri kan mereka yang punya rumah, boleh.

Mereka yang punya rumah, mereka yang punya aturan pasti bisa mengondisikan yang tidak bisa. Iya, dadah. Yang tidak bisa dikondisikan itu adalah Ibu rasa lembaga teratasnya sih dari pemerintah sendiri gitu karena kan istilahnya dengan apa ya? Dana mungkin entah *support* dana, moril, materi dari pemerintah itu yang Ibu rasa kayaknya kurang ini ya tersalurkan gitu.

Ee kalau Ibu sih belum bisa ngejelasin buktinya ya, cuman kan kita ngelihat bukti-bukti yang ada ya. Ketika ada pemerintah memberikan support kepada sebuah lembaga pemerintah sendiri kurang maksimal. minimal gitu, baik dari dana misalnya. Dananya entah dipotong atau apa Iya gitu. betul Termasuk yang apa yang fasilitator itu kenapa tidak ada? Misalnya oh semua orang udah punya job days masing-masing.

Oh berarti kalau gitu ya hire lah orang yang bisa memberikan edukasi yang bisa ee bukan sit in ya namanya. Ya pokoknya yang bisa mereka bisa *standby* di situ entah *freelance*, entah siapa. atau misalnya gantianlah ada influencer atau orang yang memang *public speaking*-nya bagus itu kan bisa di-hire. Bisa mengajukan dananya gitu. Ya, jadi kalau ada support dari pemerintah sih Ibu rasa bisa gitu.

Kemudian Eee bagaimana seharusnya lembaga mengkomunikasikan fasilitasnya? Eee kalau untuk kepada masyarakat ya, zaman sekarang itu yang paling cepat kan ee media sosial ya, media sosial.

Misalnya bikin konten tentang fasilitas apa sih yang di yang ada di DISPUSIPDA gitu ya termasuk Galeri, kemudian perpustakaan yang bukunya banyak dan gratis kan itu. Kemudian yang kedua membuat konten-konten yang menarik kolaborasi dengan tokoh masyarakat gitu ya. Kemudian dengan influencer misalnya gitu atau duta kampus juga bisa. Misalkan kerja sama dengan duta kampus. Duta baca. Iya, duta baca gitu kan. Kemudian berikutnya adalah ada program yang memang bisa menarik masyarakat kayak musim geologi. Sekarang kan ada *Night of Museum* itu kan menarik.

Widi

Oiya ibu?

Ibu Mia

Iya, sebulan sekali mereka ngadain *Night Night of Museum* kemudian apa program-program menarik yang tentunya si program itu tuh nanti bisa menarik minat masyarakat, dipromosikannya misalnya apa pakai baligo gitu ya. Kan enggak mungkin ya istilahnya lembaga pemerintah sedisiplin dan mau masang baligo dikasih tarif komersial kan pasti enggak akan begitu mahal gitu.

Banyaklah media-media yang mendukung salah satunya itu ya apa bikin program dan juga menginformasikan lewat media sosial. Kemudian yang ketujuh ee mengapa evaluasi menjadi tahap yang paling penting terutama lembaga pemerintah. Eee evaluasi itu sangat penting karena supaya kita tahu posisi dari lembaga itu bagaimana.

Dari negatif, netral, positif, kemudian eee apa yang kayak botoil apa ya si Kakak itu mah. Enggak ini. Nah, eee apa namanya menjadi evaluasinya itu supaya tahu juga apa yang bisa dijadikan perbaikan ke depan. depannya. Kan yang namanya perbaiki itu supaya ke depannya lebih baik gitu. Jangan sampai ternyata program yang sama atau program yang beda ternyata yang tidak efektif tapi digunakan lagi pada strategi berikutnya gitu. Supaya apa? Supaya nanti programnya bisa apa? Terlaksana dengan lancar. Budget juga tidak ini ya, tidak bukan tidak over budget. Kan bisa jadi misalkan gini kita Kita tuh enggak nge-evaluasi nih program *Public Relation* sebelumnya yang yang bagus atau enggak. Misalnya kita ngadain program A. Nah, ternyata karena enggak dievaluasi program A-nya ini sebenarnya enggak bagus. Bisa jadi program B dan C itu lebih bagus. Tapi karena program A yang tidak bagus ini dilakukan lagi di program berikutnya, akhirnya jadi *overbudget* kan, enggak maksimal. Misalnya yang tadinya B

dan C jadi A yang harusnya bisa terlaksana dengan baik. Jadi Tidak. tidak baik, jadi rugi dua kali gitu. Iya, betul, kayak gitu.

Widi

Kemudian terakhir, model evaluasi seperti apa yang paling tepat dalam mengukur keberhasilan strategi *Public Relation* dalam membangun citra?

Model evaluasi ya. Kalau model evaluasi ini bisa pakai survei. Survei atau tergantung ya yang dievaluasinya mau yang aspek yang mana. Apakah masyarakat, lembaga atau pemerintah.

Kalau masyarakat berarti harus menggunakan survei. Surveinya gimana? Bisa melalui kuesioner misalnya ya di media sosial atau misalkan melalui WA. Atau misalnya kuesioner dibagiin kepada para pengunjung atau misalkan mereka share kuesionernya di media sosial. Kan zaman sekarang mudah ya, mau dikasih kuis nanti dapat apa gitu ya. Heeh. Itu atau ini menggunakan outsourcing lembaga survei. Mereka punya Oh, iya iya. survei yang lebih spesifik kan. Alhamdulillah. Yang lebih spesifik ya, misalnya ada bahkan dari psikografi, dari demografi gitu kan itu bisa lebih spesifik lagi. Ibu rasa kalau menggunakan jasa apa namanya lembaga survei juga itu sangat membantu gitu.

Kemudian berikutnya adalah kalau misalnya kita mau evaluasinya ke lembaga berarti itu bisa FGD misalnya, forum group discussion, berupa rapat, berupa diskusi misalkan lembaganya bisa dinilai dari dimulai dari divisi humas dulu. Ya, misalkan grup diskusi ini apa sih yang menjadi permasalahan atau misalkan evaluasi dari sebelum humas ini apa?

Nanti dikembangkan setelah dari divisi *Public Relation*, divisi humas nanti ke divisi yang bisa ada kaitannya dengan tim humasnya gitu. Apa sih yang mendukung apakah bagian HR atau misalkan bagian apa namanya? Atau di Puskesmas di Puskesmas ada marketingnya enggak?

Kalau kalau misal yang berkaitan sama Humas tuh kan HR operasional kalau enggak sama promosi atau marketing biasanya gitu. Heeh nah jadi dikembangkan lagi FGD-nya itu divisi HUMAS kemudian dikembangkan lagi ke divisi yang memang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan *Public Relation* di Posida gitu.

Kemudian kalau lembaga pemerintah biasanya bisa berkomunikasi secara paraformal ee istilahnya *one to one* ya. Dari yang atas ke atas staf ke staf gitu. Kayak gitu evaluasinya.

Widi

Baik ibu siap kalo begitu mungkin untuk seakarang ini cukup menjawab pertanyaan-pertanyaan untuk data-data yang dibutuhkan, kemudian jika nanti aku ada membutuhkan data yang kurang, izin untuk mwnghubungu ibu lagi ya dilain waktu, hhi

Ibu Mia

Ee apa lagi ya? Udah terakhir. Udah sih itu ya yang terakhir. Heeh.

Kalau dilihat dari ee pertanyaan yang buat Ibu Mas sih udah bener ya. Iya. Gitu. Tapi nanti kalau misalkan kiranya ada pertanyaan tambahan, boleh enggak apa-apa. Boleh enggak apa-apa. Cek aja kalau misalkan perlu cepat banget, enggak harus ketemu misalnya. *Online. Online* Itu apa? mau via PM enggak apa-apa. Kayak Duny juga kan Duny kerja ya jadinya ngirim ini terus ee bisa via PM gitu. Kayak gitu. Ee. Apa lagi ya? Udah ya?

Widi

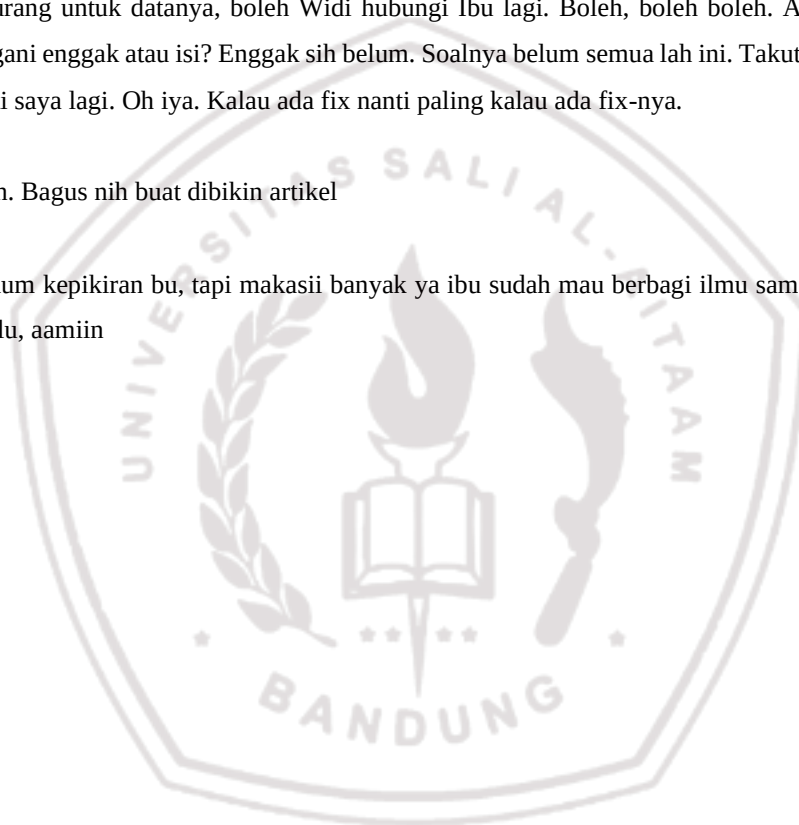
Udah Ibu mungkin untuk sekarang mah Heeh. datanya segitu doang Nanti kalau misalkan Widi ada yang kurang-kurang untuk datanya, boleh Widi hubungi Ibu lagi. Boleh, boleh boleh. Ada yang perlu ibu tanda tangani enggak atau isi? Enggak sih belum. Soalnya belum semua lah ini. Takutnya masih ada jadi takut ganti saya lagi. Oh iya. Kalau ada fix nanti paling kalau ada fix-nya.

Ibu Mia

Heeh heeh. Bagus nih buat dibikin artikel

Widi

Ehehe belum kepikiran bu, tapi makasii banyak ya ibu sudah mau berbagi ilmu sama widi semoga ibu sehat selalu, aamiin



Lampiran 8 Transkrip Wawancara Informan Internal Utama

PEDOMAN WAWANCARA INTERNAL UTAMA
STRATEGI *PUBLIC RELATION* DISPUSIPDA JABAR DALAM MEMBANGUN CITRA
LEMBAGA SEBAGAI SARANA LITERASI DAN EDUKASI SEJARAH
 (Studi Kasus pada *Public Relation* Dispusipda Jabar)

I. Jadwal Wawancara

1. Hari, Tanggal : Rabu, 17 Juni 2026
2. Waktu mulai dan selesai : 10.30 s.d 11.08 WIB

II. Identitas Informan

Nama : Juhari Insana
 Jenis kelamin : Perempuan
 Usia : 38 tahun
 Jabatan : Pranata Hubungan Masyarakat Ahli Utama Dispusipda Jabar
 Pendidikan terakhir : Magister Komunikasi Penyiaran

III. Percakapan Wawancara



Widi

Selamat siang Ibu, sebelum ke pertanyaannya, aku mau ngajak ibu kenalan dulu mulai dari nama Ibu siapa, usianya berapa, jabatannya disini sebagai apa, dan pendidikan terakhirnya apa ni bu?

Ibu Arin

Saya Juhari Insana biasa dipanggil Arin, kalo untuk jabatan disini saya sebagai Pranata Hubungan Masyarakat Ahli Utama Dispusipda Jabar dari tahun 2020 sampai sekarang. Usia 38 tahun, dan kalo

Pendidikan terakhir saya S1 di *Public Relations* Universitas Presiden untuk S2 di Komunikasi Penyiaran UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Widi

Masyaallah ibu, oke ibu baik kalo begitu sebelum ke pertanyaanya disini ada pengantar mungkin ya bu tujuan wawanca ini adalah untuk menggali secara mendalam bagaimana strategi *Public Relations* Dispusipda Jabar direncanakan, dilaksanakan, dan dievaluasi dalam membangun citra lembaga sebagai sarana literasi dan edukasi sejarah. Disini kan terdapat ruang *Hall Of Fame* dan Galeri *Covid-19* ya bu, jadi disini aku mau nanya-nanya terkait kedua ruangan itu gitu bu...

Ibu Arin

Oke boleh-boleh sok

Widi

Baik bu untuk yang pertama apa pa yang melatarbelakangi Dispusipda Jabar dalam menghadirkan *Hall of Fame* (Panggung Inohong) dan Galeri *Covid-19* sebagai fasilitas edukasi?

Bu Arin

Yang pertama sebenarnya dari sejarahnya itu udah 2 sejarah yang berbeda kalau *Hall Of Fame* itu saya lupa di tahun berapa ya, 2016 kalau gak salah, jauh sebelum saya di sini saya kan masuk disini 2020 *Hall Of Fame* itu kalau gak salah di belasan atau berapa gitu saya lupa, nanti bisa dicek lagi di websitenya Dispusipda JABAR, kalo *Hall of Fame* itu sebetulnya awal namanya itu Panggung Inohong sebagai bahasannya itu orang yang terkenal ya, jadi memang Panggung Inohong itu isinya adalah tempat-tempat dimana ee para tokoh-tokoh terkenal dari berbagai bidang, ada mulai dari politisi, seniman, ada dari akademisi ada juga dari keagamaan juga dari olahraga jadi lengkap gitu, tujuannya adalah bahwa kita mengenalkan kalo di Jawa Barat tuh banyak loh orang hebat gitu ya dan disitu juga ada dari sejarah juga sejarah Jawa Barat itu sangat lengkap, jadi sebenarnya memang tujuannya memperkenalkan ee tokoh-tokoh di Jawa Barat itu siapa aja salah satunya orang-orang yang bisa memotivasi masyarakat dari berbagai bidang gitu, darisitu kalo masuk pertama kali kesana tu ada papan nama orang-orang gitu kan, masuk lagi kesitu ada Gubernur dari Jawa Barat dan Bandung, bahkan ada yang dari pahlawan nasional yang membangun sekolah perempuan yaitu Dewi Sartika jadi perempuan-prempuan di Jawa Barat itu hebat, masuk lagi ke dalam itu berjejer foto-foto para tokoh dari Jawa Barat, kemudian ada miniature para pahlawan yang sedang mengadakan Konferensi Meja Bundar dari masa-masa Presiden Soekarno, dan patung-patung gubernur JABAR dari yang pertama sampai sekarang yaitu Pa Dedi Mulyadi, ada juga silsilah Bandung gitu.

Widi

Oke baik bu, kalau untuk Galeri *Covid-19* nya itu gimana sejarahnya bu?

Ibu Arin

Oiya oke, nah kalo Galeri *Covid-19* itu sebenarnya inisiasinya dari zaman Gubernur Pa Ridwan Kamil, dulu itu karena beliau yang menangani mengenai *Covid-19* karena dulu pada zaman pemerintahan beliau gitu untuk mengenang sejarah adanya *Covid-19*, cuman darisitu dari arsip juga mengusulkan untuk dibuat sejarah arsip, mulai dari pemberitaan awal kayak gimana terus apa saja sii kebijakan-kebijakan yang dilakukan Jawa Barat untuk menangani *Covid-19* bahkan sejarahnya juga detailnya ada disitu, bahkan ada patung manusia yang memakai baju HPD nya, ada elemen-elemen khas pada zaman itu seperti miniatur terasi, duren, sama bawang karna pada zaman *Covid-19* itu sangat digunakan untuk mengecek atau mengetes hidung apakah masih bisa mencium aroma bau-bauan itu tidak gitu, ada oksigen, buku-buku yang membahas mengenai *Covid-19*, serta artefak-artefak yang menjelaskan sejarah *Covid-19* gitu. Dari Galeri itupun kita bisa melihat bahwa kita bisa menangani *Covid-19* dengan baik gitu, meskipun banyak yang terkena virusnya tapi kita bisa mengendelnya.

Widi

Oke, baik bu, nah untuk selanjutnya, sebelum menyusun strategi *Public Relation*, riset atau pengumpulan data seperti apa yang dilakukan untuk memahami kebutuhan dan persepsi masyarakat terhadap Dispusipda Jabar?

Ibu Arin

Oke, untuk itu disinikan banyak pengunjung ya cuma tidak hanya anak-anak sekolah ada juga yang yang studi tiru yaitu mahasiswa dari instansi-instansi lain, itu juga berkunjung ke 2 ruangan itu si, jadi kita hanya melakukan riset dari kebutuhan masyarakat saja gitu.

Widi

Oiya bu, nah untuk pihak-pihak yang dilibatkan dalam riset-riset tersebut itu siapa aja bu?

Ibu Arin

Oke, nah kalo yang di museum tu apa namanya?

Widi

Guide bukan bu?

Ibu Arin

Bukan, eee sebentar saya inget-inget dulu, emmm ohh curator iya kurator, nah kita kan memang berkolaborasi dengan curator ya eee dari curatornya yang membantu kita menggali arsip apa yang baiknya ada di arsip apa yang di perpustakaan gitu, bagaimana runutan cerita biar masuk di logika orang gitu, jadi itu kita kurang kolaborasi karena memang ada curatornya kemudian ada dari Dinkes, arsip dari kita sendiri ya maksudnya, selain arsip statis ada arsip Dinkes yang banyak, dikarenakan memang kita banyak PBDJ yaitu Pembelian Barang Dan Jasa karena waktu itu kita banyak mengeluarkan dana untuk keperluan jadi banyak dibuat kebijakan yang baru, biar istilahnya kan bisa cepet, kalo ngikutin

prosedur yang ada itu lama makanya itu kita menggandeng hamper semua OPD sih, hamper semua OPD itu kita panggil, jika punya ee arsip apapun itu sih paling.

Widi

Oiya bu, untuk isu atau tantangan komunikasi apa yang ditemukan dari hasil riset tersebut?

Ibu Arin

Eeee banyak, karenakan maksudnya kadang bisa cerita di luar sama aslinya mungkin berbeda. Jadi kita gak berdasarkan sama kebijakan yang tertulis aja. Nah itu yang ditaruh di *Hall of Fame* maupun di galeri *Covid-19*. Biasanya yang terdengar diluar itu gini-gini tapia pa yang ada disini itu hasil dari riset.

Widi

Oiya baik ibu, untuk selanjutnya itu bagaimana Dispusipda Jabar menyusun rencana strategi *Public Relation* untuk membangun citra lembaga sebagai sarana literasi dan edukasi sejarah?



Ibu Arin

Jadi kita itu ada program yang kayak salah satunya yaitu kalo ada pengunjung yang datang ke *Hall of Fame* atau Galeri *Covid-19* itu kita ajak ayo-ayo bikin konten yu, kita bikin reels untuk merangkul masyarakat gitu.

Widi

Nah, kalau untuk orang-orangnya bu siapa saja yang terlibat dalam proses perencanaan strategi *Public Relation* tersebut?

Ibu Arin

Yang pertama itu kita dari arsiparis dan pelayanan juga karenakan disana ranahnya pelayanan.

Widi

Terus apa tujuan komunikasi utama yang ingin dicapai melalui strategi *Public Relation* Dispusipda Jabar?

Ibu Arin

Awarness biar sampe ke masyarakat bahwa kita tuh punya nih Galeri *Covid-19*, *Hall of Fame*, Perpustakaan yang kebetulan galeri *Covid-19* Dispusipda itu pertama yang ada di Indonesia biar masyarakat bisa belajar tentang *Covid-19* itu bisa di sini.

Widi

Program atau kegiatan apa saja yang direncanakan untuk memperkenalkan *Hall of Fame* dan Galeri *Covid-19* kepada masyarakat?

Ibu Arin

Paling kunjungan si ya jadi setiap kita ada kunjungan disini kan setiap hari dari sekolah kan tiap pagi ada nih itu diajak ke 2 tempat itu untuk wisata literasi namanya, biar mereka dapat pengetahuan dan wawasan terkait Jawa Barat.

Widi

Selanjutnya, media atau saluran komunikasi apa yang dipilih dalam rencana strategi *Public Relation* Dispusipda Jabar?

Ibu Arin

Oke, kalo untuk itu kita memakai media Instagram dan Tiktok

Widi

Oiya bu, selanjutnya bagaimana strategi *Public Relation* yang sudah direncanakan tersebut diimplementasikan di lapangan?

Ibu Arin

Eeee untuk saat ini sih walaupun lagi kurang akhir-akhir ini lagi menurun, dulu pas awal-awal kita cukup masih mempertahankan itu cuma memang untuk akhir-akhir ini kayanya perlu dibikin beberapa program lagi sih gitu kemarin-kemarin lagi kendor gitu jadi nanti dibuat lagi

Widi

Oke bu, kemudian kegiatan komunikasi apa saja yang sudah dilaksanakan oleh *Public Relation* Dispusipda Jabar dalam memperkenalkan *Hall of Fame* dan Galeri *Covid-19* kepada masyarakat?

Ibu Arin

Jadi selain yang tadi paling itu si tadi selain yang kunjungan kesini siapapun ga cuma anak sekolah ya, kalo ada dari instansi lain pasti kita ajak ke tempat yang dua itu, karena kalo udah disana pastikan foto-fotokan dan kita mengajak untuk nanti hasilnya diposting ke medsosnya masing-masing ya otomatis dilihat sama masyarakat diluarkan gitu

Widi

Selanjutnya bagaimana pemanfaatan media sosial dalam pelaksanaan strategi *Public Relation* Dispusipda Jabar?

Ibu Arin

Kalo untuk itu kita dimaksimalkan sih, karena memang satu-satunya sekarang masih pake media sosial.

Widi

Emang lagi *booming-boomingnya* ya bu kalo media sosial itu

Ibu Arin

Iya makanya itu

Widi

Oke bu, selanjutnya nah disinikan pasti ada evaluasi ya bu setelah pelaksanaan program berjalan nah mengapa evaluasi perlu dilakukan dalam strategi *Public Relation* Dispusipda Jabar?

Ibu Arin

Heem ada, nah itu untuk melihat apakah tujuan dari program itu sudah tercapai atau belum gitu, yang pasti sebenarnya mempertahankan itu lebih susah ya untuk programnya tetap berkelanjutan.

Widi

Iya-iya bu, kemudian bagaimana cara Dispusipda Jabar mengevaluasi efektivitas strategi *Public Relation* yang telah dilaksanakan?

Ibu Arin

Untuk saat ini sih itu belum ada ya, kalo untuk eee karena kita kan paling ada laporan saja untuk setiap program yang sudah dilakukan kemudian yang belum itu ini-ini gitu, kalo untuk yang evaluasi di meja besar bareng-bareng itu belum ada sih jadi untuk catatan sih itu

Widi

Oiya betul bu, selanjutnya indikator apa yang digunakan untuk mengukur keberhasilan strategi *Public Relation* dalam membangun citra lembaga?

Ibu Arin

Indikatornya yaa?

Widi

Iya betul bu

Ibu Arin

Oke indikator untuk melihatnya itu Cuma pengunjung sih, jadi setiap ada pengunjung itu mereka nanti mengisi buku tamu, jadi kita bisa melihat dari situ apakah strategi kita sudah berhasil atau belum gitu,

Widi

Oiya betul bu, nah untuk yang terakhir ya bu

Ibu Arin

Oke apatuh?

Widi

Perubahan atau perbaikan apa yang dilakukan berdasarkan hasil evaluasi tersebut?

Ibu Arin

Oiya, paling kalo perubahan itu pelaksanaanya itu ditambahkan biasanya, seperti oh ini pengunjungnya kurang nih bisa diapain y akita ya, apa programnya diperbaiki apa programnya ditambahkan seperti ngadain lomba, ngadain pemilihan duta baca gitu.

Widi

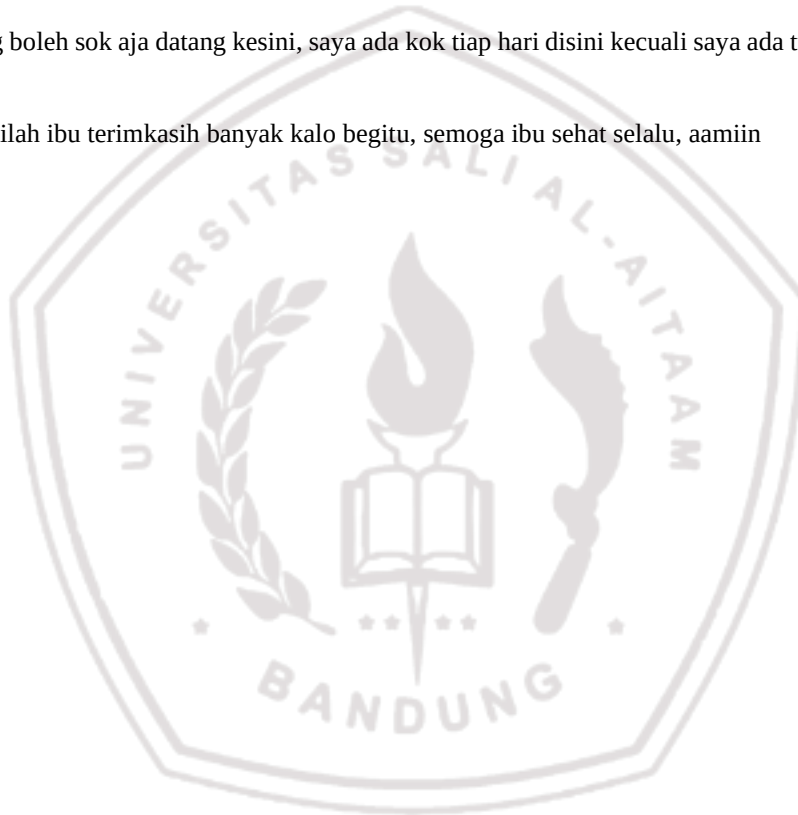
Oiya ibu baik kalo begitu mungkin untuk seakarang ini cukup menjawab pertanyaan-pertanyaan untuk data-data yang dibutuhkan, kemudian jika nanti akua da mwmbutuhkan data yang kurang, izin untuk mwnghubungu ibu lagi ya dilain waktu, hhi

Ibu Arin

Oiya neng boleh sok aja datang kesini, saya ada kok tiap hari disini kecuali saya ada tugas diluar kantor.

Widi

Alhamdulillah ibu terimakasih banyak kalo begitu, semoga ibu sehat selalu, aamiin



Lampiran 9 Transkrip Wawancara Informan Internal Pendukung

PEDOMAN WAWANCARA PENDUKUNG
STRATEGI *PUBLIC RELATION* DISPUSIPDA JABAR DALAM MEMBANGUN CITRA
LEMBAGA SEBAGAI SARANA LITERASI DAN EDUKASI SEJARAH
 (Studi Kasus pada *Public Relation* Dispusipda Jabar)

I. Jadwal Wawancara

1. Hari, Tanggal : Rabu, 17 Juni 2026
2. Waktu mulai dan selesai : 11.50 s.d 12.39 WIB

II. Identitas Informan

Nama : Dhani Irmawan
 Jenis kelamin : Laki-laki
 Usia : 42
 Jabatan : Penata Layanan Operasional
 Pendidikan terakhir : Sarjana Hukum

III. Percakapan Wawancara



Widi

Oke Bapak, sebelum ke pertanyaan, Bapak boleh perkenalan dulu nih namanya siapa, terus disini sebagai apa, lama bertugas, terus Bapak usianya berapa, kemudian kegiatan sehari-harinya apa?

Pak Dani

Wah, banyak kegiatan.

Widi

Emang full jobdesk gitu ya Bapak ini?

Pak Dani

Of course, RRP, Rupi-Rupi Padamelan.

Widi

Ahaha Rupai-Rupi Padamelan.

Pak Dani

Baik, ya. Sebelumnya saya kenalkan, nama Dhani Irmawan. Jabatan sebagai Penata Layanan Operasional. Bertugas di layanan perpustakaan. Khususnya di ruang baca anak dan keluarga. Kerja disini dari tahun 2015 sampai dengan sekarang. Pendidikan terakhirnya S1 jurusan hukum.

Widi

Oke, untuk selanjutnya langsung ke pertanyaan saya ya Bapak, apakah Bapak mengetahui keadaannya proses pengumpulan data atau penelitian yang dilakukan oleh Humas atau Public Relation Dispusipda Jabar sebelum menyusun program kegiatan?

Pak Dani

Ya biasanya kalau Humas itu atau *Public Relations* itu dia memberikan informasi kegiatan-kegiatan atau agenda yang sudah berada melalui email, melalui surat yang nanti disampaikan melalui link Dispusipda gitu.

Widi

Jadi ada medianya gitu ya. Yang selanjutnya, apakah Bapak atau staf yang lainnya dilibatkan dalam proses pengumpulan informasi atau masukan dari masyarakat?

Pak Dani

Kalau dilibatkan secara langsung tidak, karena di bagian Humas sendiri sudah ada staf-stafnya yang menerima surat masuk, surat keluar, menjawab surat itu ada. Tapi secara tidak langsung kita tuh dilibatkan untuk mengetahui semua agenda yang masuk ke Dispusipda.

Widi

Oke, jadi tidak ada miskom gitu ya bapak

Pak Dani

Ya, benar.

Widi

Selanjutnya, apakah Bapak mengetahui rencana atau program kerja dari Humas sendiri, Humas Dispusipda, terkait promosi *Hall of Fame* atau Galeri Covid-19?

Pak Dani

Kalau masalah promosi programnya *Hall of Fame* atau Covid-19 sebetulnya itu lebih banyak kegiatannya dilaksanakan oleh perpustakaan sendiri ya jadi semua informasi Humas itu dari kita baru disampaikan kepada Humas bahwa setiap misalnya kunjungan atau tamu yang hadir kesini, yang masuk ke... ke perpus, khususnya yang masuk ke *Hall of Fame* atau ke Galeri Covid-19, itu Humas informasinya

dari kita. Setelah agenda atau surat masuk dari Humas, baru diposisikan kepada bidang kita, perpustakaan, kita selaku pelaksana melaksanakan, setelah itu memberikan report gitu.

Widi

Oke, baik jadi selalu berusaha buat berhubungan gitu ya pa

Pak Dani

Iya, selalu dan sangat harus.

Widi

Iya, betul-betul, tapi pak apakah ada koordinasi antara Humas dengan divisi lain dalam merencanakan kegiatan komunikasi lembaga, Pak?

Pak Dani

Selalu

Widi

Selalu?

Pak Dani

Selalu ada. Karena Humas ini dapat mencakup informasi terhadap publik, ya. Untuk menghindari hal-hal yang kiranya tidak bagus itu kita tidak mempubliknya. Tapi ada hal-hal yang harus dan tidak dipublikasikan gitu

Widi

Difilter gitu ya pak



Pak Dani

Ya. Kita ada filternya, yaitu Humas, Humas sendiri. Dan bidang lain, setiap kegiatan kita selalu melibatkan bidang-bidang lain. Jangan sampai miskomunikasi.

Widi

Oiya betul sekali pak, Selanjutnya, kegiatan komunikasi atau promosi apa saja sih yang Bapak ketahui atau ikut terlibat dalam pelaksanaannya?

Pak Dani

Hampir, kalau secara pribadi, hampir semua kegiatan dilibatkan, baik itu...

Widi

Promosi atau ini ya?

Pak Dani

Ya, baik promosi atau seluruh kegiatan di Dispusipda secara pribadi saya dilibatkan.

Widi

Berarti divisi lain juga ikut terlibat?

Pak Dani

Ikut terlibat

Widi

Jadi semua divisi ikut terlibat dalam kegiatan Dispusipda?

Pak Dani

Betul

Widi

Oke, oke. Selanjutnya, bagaimana respon masyarakat atau pengunjung terhadap fasilitas *Hall of Fame* dan Galeri *Covid-19* yang ada? Yang Bapak amati secara langsung atau Bapak lihat?

Pak Dani

Hampir sebetulnya untuk *Hall of Fame* dan galeri *Covid-19* belum semua mengetahui informasi tentang beradaannya kayak Galeri *Covid-19* yang hanya ada satu-satunya di Asia Tenggara terus ada juga *Hall of Fame* yaitu tentang Panggung Inohong ini juga belum, belum hampir terinformasikan kepada publik. Mereka biasanya akan tahu tuh sifatnya masih dari medsos. Bagi mereka yang memiliki medsos yang terhubung langsung dengan instagram Dispusipda dan itu biasanya itu. Dan mereka yang datang juga, oh ternyata ada. Oh ternyata ada ini. Galeri *Covid-19* dan hanya satu-satunya di sini Asia Tenggara.

Widi

Oh berarti memang galeri *Covid-19* ini satu-satunya?

Pak Dani

Satu-satunya yang ada di Asia Tenggara.

Widi

Wihh Keren, keren, keren, Pak. Untuk selanjutnya nih Pak, menurut Bapak apakah masyarakat sudah cukup mengenal dan memahami fungsinya dari edukatif Dispusipda Jabar khususnya *Hall of Fame* sama Galeri *Covid-19*?

Pak Dani

Kalau secara kita lihat langsung orang yang datang atau berkunjung ke Hall Of Fame dan Galeri *Covid-19* itu mereka akan baru tahu juga melihat, oh ternyata ini sejarah awal adanya *Covid-19*, kenapa berdiri dibuatnya galeri *Covid-19*, oh baru tahu tokoh-tokoh ini ada juga di *Hall Of Fame*, nah mereka ini

sebetulnya setelah informasi tamu-tamu di luar Provinsi Jawa Barat mereka juga sangat mengagumi keberadaannya yang pertama itu Galeri *Covid-19* dengan sejarah awal hingga endemiknya, terus sejarah bagaimana para tokoh-tokoh Jawa Barat itu memberikan apresiasi terhadap Provinsi Jawa Barat. Itu mereka menjadi ibadatnya kayak iri Kok Jawa Barat bisa, kenapa kayak provinsi kita nggak bisa? Itu menjadi acuan.

Widi

Sangat-sangat amat bermanfaat ya, pak

Pak Dani

Sangat berfungsi sekali

Widi

Oke, oke. Nah, untuk selanjutnya, pak, bapak pernah nggak menemukan kendala, kendala apa yang bapak rasakan dalam kegiatan komunikasi atau promosi yang dilakukan?

Pak Dani

Biasanya, masih ada orang yang apa ya, hal-hal suatu hal yang wajar kalau misalnya netizen-netizen ini... mengkritik lebih dalam menguak sesuatu hal yang mereka pikir dan mereka mungkin yang berkritik ini lebih banyak melihat hanya sepintas hal-halnya itu tapi tidak mendalami atau tidak mempelajari bertanya langsung kepada ahlinya nah ini jadi kalau bisa untuk publik sekiranya membutuhkan informasi bisa langsung saja datang ke perpustakaan Dispusipda Jabar. Langsung tanya sejarah apa yang ada di situ.

Widi

Jangan hanya melihat terus mengkritik, gitu ya pak?

Pak Dani

Kritik bagus yang membangun, tapi kalau kritiknya di luar konteks itu yang kurang. Jadi jangan sampai masyarakat itu hanya secara egoisnya, lah ini menurut pendapat saya. Sebetulnya bukan gak kayak gitu. Semua apa yang kita bangun, apa yang kita dirikan itu memiliki prosedurnya yang kukup lama. Mulai dari A, B, C itu harus kita survei dengan bukti. The factnya itu harus kayak gitu.

Widi

Jadi berbicaralah sesuai fakta. Oke, ini dua pertanyaan terakhir ya Pak. Apakah proses evaluasi, itu pasti ada evaluasi kan pasti ya setiap programannya? Apakah ada proses evaluasi kegiatan yang Bapak ikuti atau bapak ketahui?

Pak Dani

Selalu semua kegiatan yang direncanakan di awal itu selalu ada evaluasi untuk lebih meningkatkan kinerja. Karena kalau tanpa evaluasi yaudah monoton bukan hanya monoton aja berarti kita tidak ada

interfeksi ya interfeksi terhadap kegiatan yang dilaksanakan evaluasi ini untuk meningkatkan lebih baik lagi setelah apa yang kegiatan dilaksanakan itu evaluasinya.

Widi

Siap siap untuk lebih baik gitu ya Pak?

Pak Dani

Iya benar

Widi

Menurut Bapak terakhir ya pak apa yang perlu ditingkatkan dari strategi komunikasi Hubungan Masyarakat Dispusipda Jabar agar masyarakat lebih mengenal *Hall Of Fame* dan Galeri *Covid-19*.

Pak Dani

Ya, kalau secara umum sekarang udah lebih dipermudah untuk mempromosikan atau memberikan informasi kepada publik melalui medsos gitu ya. Cuma apakah informasi ini sampai atau tidaknya terhadap masyarakat karena kalau provinsi itu mencakup 27 kota kabupaten, gitu mungkin berbeda dengan wilayah kota mungkin tahunya, wah di sana ada galeri *Covid-19* itu hanya orang yang sudah berkunjung. Tapi bagaimana dengan masyarakat Jawa Barat yang berada di pelosok, ya itu kita juga, makanya solusinya kita selalu mengadakan namanya kegiatan pusling nah perpustakaan keliling ini untuk memberikan informasi perpustakaan dan juga informasi tentang Dispusipda sendiri. Ada apa aja di dalam tubuh pembahasan ini kita informasikan kepada masyarakat yang belum terjangkau.

Widi

Baik Bapak, berakhir sudah waktu wawancara kita dan sebelumnya mohon kalau misalnya ada kekurangan informasi nanti Widi boleh menghubungi lagi bapak gitu ya

Pak Dani

Boleh boleh

Widi

Terima kasih atas waktunya terima kasih ya bapak dan membantu memberikan informasi dan mohon maaf kalau Widi mengganggu waktunya, terimakasih ya pak sudah membantu berbagi informasinya sama Widi.

Pak Dani

Sama-sama.

Lampiran 10 Catatan Hasil Observasi

CATATAN HASIL OBSERVASI

Pada Rabu, 17 Juni 2026, peneliti datang ke lokasi Dispusipda Jabar yang berada di Jl. Kawalayaan Indah II No. 4, Soekarno Hatta, Bandung (Kelurahan Jatisari, Kecamatan Buahbatu) untuk melakukan observasi non-partisipatif. Saya berangkat dari kostan pukul 07.40 WIB dan sampai di lokasi pada pukul 08.05 WIB.

Sesampainya disana saya langsung menuju Gazebo Bunderan yang biasa dipakai pengunjung untuk istirahat atau mengerjakan sesuatu dengan suasana santai, selain itu disana juga biasa dipakai untuk menerima dan melakukan kegiatan kunjungan dari setiap sekolah yang datang.

Tidak lama kemudian pengunjung terus berdatangan, dan ada satu sekolah yang datang ke Dispusipda Jabar untuk melakukan kunjungan atau berwisata literasi, disana ada 4 guru yang mendampingi dan 30 siswa yang mengikuti. Setelah turun dari transportasinya mereka menuju tempat titik kumpul yaitu Gazebo Bundaran. Tidak lama kemudian ada Pak Dani datang menyapa peneliti dengan hangat "Ehh, halo apa kabar Widi? Meni lama ga main kesini" Peneliti menjawab "Bapak, Alhamdulillah Widi baik, bapak gimana? memang lama sih pak tidak kesini tapi Widi kembali kesini kan, Pak? hhi", "Bapak juga baik Alhamdulillah Wid, iya iyaa hmm". Kemudian Pak Dani melanjutkan untuk menerima dan menyambut guru dan siswa dari SMK Roudlotul Ulum Porongpong Kabupaten Bandung Barat dengan penuh keceriaan. Selanjutnya Pak Dani disusul oleh Ibu Megi dan Pak Joko disana dan membuka kegiatan.



Tidak berlama-lama pada pukul 08.20 WIB Pak Dani langsung membuka acara, dan dilanjutkan pada pemaparan terkait Pengelolaan Arsiparis oleh Pak Joko dan Bu Megi di ruangan Auditorium Dispusipda Jabar.



Setelah itu dilanjutkan pada kegiatan Wisata Literasi dengan berkunjung ke ruangan *Hall of Fame* dan Galeri *Covid-19*. Disana mereka sangat antusias dan banyak yang bertanya untuk mengetahui semua yang ada di ruangan *Hall of Fame* dan *Covid-19*. Ada yang berfoto, membuat video dan ada juga yang meneliti setiap artefak dan miniatur yang ada di ruangan *Hall of Fame* dan Galeri *Covid-19*.



Tak terasa pada pukul 11.00 WIB waktu kunjungan telah selesai dan ditutup dengan sesi penutupan oleh Pak Dani, Pak Joko, Bu Megi, dan 4 Guru serta 30 orang siswa yang mengikuti kegiatan kunjungan.



Kemudian sebelum mereka kembali pulang, mereka menyempatkan waktu untuk melakukan sesi foto bersama terlebih dahulu, setelah seluruh rangkaian acara telah selesai dan mereka kembali pulang.

Lampiran 11 Tipifikasi, Klasifikasi, Dan Kategorisasi Data

TIPIFIKASI, KLASIFIKASI, DAN KATEGORISASI DATA
Strategi Public Relations Dispusipda Jabar dalam Membangun Citra Lembaga sebagai
Prasarana Literasi dan Edukasi Sejarah

Pengantar: Proses Tipifikasi Data

Tipifikasi, klasifikasi, dan kategorisasi data merupakan tahapan analisis kualitatif yang bertujuan mengelompokkan data mentah dari lapangan berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi ke dalam pola-pola bermakna yang dapat menjawab pertanyaan penelitian. Proses ini dilakukan mengacu pada teknik analisis data Miles dan Huberman (reduksi data → penyajian data → penarikan kesimpulan) dengan kerangka teori strategi Public Relations (Cutlip & Center, 2006) (2006) sebagai lensa analitis.

Terdapat tiga instrumen yang digunakan dalam penelitian ini: (1) wawancara mendalam dengan Ibu Arin (Informan Utama PR Dispusipda Jabar), Bpk. Dani (Informan Pendukung Penata Layanan Operasional), dan Ibu Mia Tania, M.I.Kom. (Informan Ahli Dosen Ilmu Komunikasi); (2) observasi langsung pada kegiatan kunjungan SMK Roudlotul Ulum Porongpong, 17 Juni 2026; serta (3) dokumentasi kegiatan dan program lembaga.

Seluruh data dikategorisasi ke dalam empat kategori utama yang sesuai dengan model RACE (Cutlip & Center, 2006) Riset, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Evaluasi. Di dalam setiap kategori, data diklasifikasi lebih lanjut menjadi sub-kategori berdasarkan pola yang muncul, meliputi: praktik yang sudah berjalan, gap yang teridentifikasi, dan pandangan ahli. Setiap unit data diberi kode unik untuk memudahkan penelusuran dan triangulasi.

Tabel 1 Tipifikasi Tema Utama Penelitian

Tabel berikut merangkum sembilan tema utama yang berhasil diidentifikasi dari seluruh data penelitian, disertai kategori terkait, sub-tema, dan implikasi analitisnya.

No.	Tema Utama (Tipifikasi)	Kategori Terkait	Sub-tema / Pola Data	Implikasi Analitis
1	Riset Kolaboratif Multi-Stakeholder	A. Tahap Riset	Penggalian arsip bersama kurator, Dinkes & OPD	Riset bersifat content- based; kuat pada verifikasi fakta namun

			Penyusunan narasi berdasarkan kebijakan tertulis Koordinasi internal Humas sebagai internal monitoring	belum mencakup audience research sistematis
2	Kesenjangan Narasi Publik vs Fakta Terverifikasi	A. Tahap Riset	Misinformasi yang beredar di masyarakat Komitmen lembaga pada kebijakan tertulis sebagai standar kebenaran Publik baru mengetahui fasilitas setelah hadir langsung	Lembaga memposisikan diri sebagai penjaga fakta; namun gap antara verifikasi konten dan diseminasi informasi ke publik masih lebar
3	Awareness Berbasis Keunikan Lembaga (USP)	B. Tahap Perencanaan	Galeri <i>Covid-19</i> : pertama di Indonesia, satu-satunya di Asia Tenggara <i>Hall of Fame</i> sebagai ruang edukasi sejarah lokal Jawa Barat Tujuan komunikasi spesifik: meningkatkan public awareness	USP kuat namun belum dikomunikasikan secara masif; perencanaan memerlukan indikator SMART yang terukur
4	Integrasi Substansi Layanan dengan Program Komunikasi	B. Tahap Perencanaan	Arsiparis terlibat dalam perencanaan PR Gate-keeping informasi oleh HUMAS Kesiapan infrastruktur fisik (Gazebo	Keunikan model PR lembaga kearsipan: substansi konten tidak terpisah dari strategi komunikasi

			Bundaran) sebagai bagian perencanaan	
5	Earned Media melalui Co-creation Konten	C. Tahap Pelaksanaan	Program Wisata Literasi sebagai direct communication Pengajaran aktif pembuatan reels bersama pengunjung Penyebaran organik via jaringan sosial pengunjung	Taktik earned media & participatory communication yang efektif; tingkat kepercayaan lebih tinggi dari owned/paid media
6	Community Outreach Inklusif	C. Tahap Pelaksanaan	PUSLING: perpustakaan keliling ke daerah terpencil Menjangkau masyarakat di luar ekosistem digital Komitmen sebagai lembaga publik yang inklusif	Strategi outreach melengkapi pendekatan digital; menjamin keterjangkauan informasi di seluruh lapisan masyarakat
7	Gap: Konsistensi dan Jangkauan Terbatas	C. Tahap Pelaksanaan	Intensitas program menurun dari periode awal Informasi hanya menjangkau existing followers Instagram Ketiadaan jadwal program yang terjadwal ketat	Gap konsistensi dan beyond-audience reach; perlu kolaborasi influencer, paid campaign, atau media massa

8	Evaluasi Adaptif namun Informal	D. Tahap Evaluasi	Komitmen evaluasi terinternalisasi di semua level Buku tamu sebagai satu-satunya indikator (output only) Tidak ada forum evaluasi formal (FGD lintas divisi) Respons adaptif: lomba & Duta Baca	Evaluasi berada pada basic level; perlu dikembangkan ke instrumen multi-dimensi (output + outcome + impact)
9	Gap: Feedback Loop Formal Tidak Ada	D. Tahap Evaluasi	Hasil evaluasi tidak otomatis masuk ke siklus riset dan perencanaan berikutnya Siklus PR berpotensi terputus Laporan evaluasi belum terstandarisasi	Gap terbesar dalam siklus RACE; tanpa feedback loop, efektivitas strategi tidak dapat ditingkatkan secara sistematis

Sumber: Olahan Peneliti (2026)

Tabel 2 Indeks Kode Data Penelitian

Tabel berikut menyajikan sistem pengkodean (coding) data yang digunakan dalam penelitian ini. Setiap kode merujuk pada satu unit data spesifik yang dapat ditelusuri kembali ke sumbernya untuk keperluan triangulasi.

Kode	Kategori	Sub-Kategori	Deskripsi Sumber Data
R-01	A. Riset	Riset Kolaboratif	Kutipan kolaborasi kurator, DINKES, OPD (Arin, 17 Juni 2026)

R-02	A. Riset	Riset Konten Arsip	Kutipan kesenjangan narasi vs fakta kebijakan tertulis (Arin, 17 Juni 2026)
R-03	A. Riset	Koordinasi Internal HUMAS	Kutipan pemantauan agenda internal (Dani, 17 Juni 2026)
R-04	A. Riset	GAP Riset Khlayak	Observasi: pengunjung baru tahu fasilitas setelah datang (Peneliti, 17 Juni 2026)
R-05	A. Riset	GAP Jangkauan Informasi	Kutipan jangkauan terbatas pada <i>followers</i> IG (Dani, 17 Juni 2026)
R-06	A. Riset	Pandangan Ahli Riset	Kutipan riset tiga aspek: lembaga, masyarakat, pemerintah (Mia Tania)
P-01	B. Perencanaan	Tujuan Komunikasi / USP	Kutipan awareness Galeri Covid-19 pertama di Indonesia (Arin, 17 Juni 2026)
P-02	B. Perencanaan	USP Asia Tenggara	Kutipan Galeri Covid-19 satu-satunya di Asia Tenggara (Dani, 17 Juni 2026)
P-03	B. Perencanaan	Gate-keeping Informasi	Kutipan koordinasi HUMAS & penyaringan informasi (Dani, 17 Juni 2026)
P-04	B. Perencanaan	Integrasi Arsiparis & PR	Kutipan arsiparis terlibat dalam perencanaan (Arin, 17 Juni 2026)
P-05	B. Perencanaan	GAP Indikator SMART	Observasi + wawancara: tidak ditemukan target terukur dalam perencanaan
P-06	B. Perencanaan	Pandangan Ahli Perencanaan	Kutipan pemetaan posisi citra & kolaborasi eksternal (Mia Tania)
PL-01	C. Pelaksanaan	Wisata Literasi / Earned Media	Kutipan ajakan kunjungan & posting media sosial (Arin, 17 Juni 2026)
PL-02	C. Pelaksanaan	Observasi Kunjungan	Observasi langsung kunjungan SMK Roudlotul Ulum (Peneliti, 17 Juni 2026)
PL-03	C. Pelaksanaan	Co-creation Konten Reels	Kutipan ajakan bikin konten bersama (Arin, 17 Juni 2026)
PL-04	C. Pelaksanaan	PUSLING Community Outreach	Kutipan program perpustakaan keliling (Dani, 17 Juni 2026)

PL-05	C. Pelaksanaan	GAP Konsistensi Menurun	Kutipan penurunan intensitas program (Arin, 17 Juni 2026)
PL-06	C. Pelaksanaan	GAP Jangkauan Terbatas	Kutipan awarednes terbatas pada followers IG (Dani, 17 Juni 2026)
PL-07	C. Pelaksanaan	Pandangan Ahli Pelaksanaan	Kutipan tantangan dukungan pemerintah (Mia Tania)
E-01	D. Evaluasi	Kesadaran Evaluasi & Sustainability	Kutipan evaluasi untuk melihat ketercapaian tujuan (Arin, 17 Juni 2026)
E-02	D. Evaluasi	Evaluasi sebagai Budaya Kerja	Kutipan evaluasi terinternalisasi di level staf (Dani, 17 Juni 2026)
E-03	D. Evaluasi	GAP Forum Evaluasi Formal	Kutipan belum ada evaluasi di meja besar bersama (Arin, 17 Juni 2026)
E-04	D. Evaluasi	GAP Indikator Output Only	Kutipan buku tamu sebagai satu-satunya indikator (Arin, 17 Juni 2026)
E-05	D. Evaluasi	Respons Adaptif / Inovasi Program	Kutipan penambahan lomba & Duta Baca (Arin, 17 Juni 2026)
E-06	D. Evaluasi	Pandangan Ahli Evaluasi	Kutipan model evaluasi survei + FGD + paraformal (Mia Tania)

Sumber: Olahan Peneliti (2026)

Tabel 3 Matriks Kategorisasi Data Lengkap

Tabel berikut merupakan matriks kategorisasi data utama yang mengintegrasikan seluruh unit data ke dalam sistem klasifikasi yang menghubungkan kutipan verbatim, kode data, sumber, landasan teori, dan fungsi analitisnya dalam satu tampilan komprehensif. Tabel ini menjadi dokumen induk dalam proses analisis data penelitian.

No.	Kategori Utama	Sub-Kategori	Tema / Topik	Kode Data	Sumber Data	Kutipan Data (Verbatim)	Landasan Teori	Fungsi dalam Penelitian
A. TAHAP RISET STRATEGI <i>PUBLIC RELATIONS</i> DISPUSIPDA JABAR								
1	A. Tahap Riset	A1. Riset Kolaboratif Berbasis Arsip	Keterlibatan multi-stakeholder dalam penggalan arsip	R-01	Ibu Arin (Informan Utama), Wawancara 17 Juni 2026	"Kita memang berkolaborasi dengan kurator ya, dari kuratornya yang membantu kita menggali arsip apa yang baiknya ada di arsip dan apa yang di perpustakaan, bagaimana runutan cerita biar masuk di logika orang. Selain arsip statis ada arsip DINKES yang banyak, kita menggandeng hampir semua OPD."	(Cutlip & Center, 2006) Environmental Scanning pemantauan lingkungan sosial, budaya, dan kebijakan sebelum merancang strategi PR	Menunjukkan bahwa riset Dispusipda Jabar bersifat multipihak dan multiperspektif; mencerminkan praktik stakeholder research yang dianjurkan teori PR
2	A. Tahap Riset	A1. Riset Kolaboratif Berbasis Arsip	Riset konten sebagai dasar pengisian	R-02	Ibu Arin (Informan Utama),	"Banyak, karena kadang bisa, cerita di luar sama aslinya	(Cutlip & Center, 2006) <i>Opinion Research</i>	Mengidentifikasi kesenjangan antara narasi publik dan fakta

			fasilitas edukatif		Wawancara 17 Juni 2026	<i> mungkin berbeda. Jadi kita berdasarkan sama kebijakan yang tertulis aja. Nah itu yang ditaruh di Hall of Fame maupun di Galeri Covid-19. Biasanya yang terdengar di luar itu gini-gini, tapi apa yang ada di sini itu hasil dari riset."</i>	memahami persepsi publik & mengidentifikasi misinformasi sebelum merancang pesan	terverifikasi sebagai temuan riset utama; memperkuat kredibilitas konten lembaga
3	A. Tahap Riset	A2. Koordinasi Internal sebagai Riset Situasional	Pemantauan agenda internal oleh staf HUMAS	R-03	Bpk. Dani (Informan Pendukung), Wawancara 17 Juni 2026	<i>"Staf tidak terlibat langsung dalam proses penelitian, tetapi kita terlibat secara tidak langsung untuk memahami semua agenda yang masuk ke Dispusipda, sehingga terjadinya kesalahpahaman dapat dihindari."</i>	(Cutlip & Center, 2006) Internal Environmental Monitoring mekanisme pemantauan situasi organisasi untuk keselarasan pesan	Menunjukkan adanya riset informal berbasis koordinasi internal yang mencegah inkonsistensi pesan ke publik
4	A. Tahap Riset	A3. GAP: Ketiadaan Riset	Publik baru mengetahui	R-04	Observasi Langsung	<i>"(Pengamatan: sebagian besar siswa SMK</i>	(Cutlip & Center, 2006) Audience	Mengindikasikan gap antara riset konten yang kuat

		Khalayak Sistematis	fasilitas setelah tiba di lokasi		Peneliti, 17 Juni 2026	<i>Roudlotul Ulum baru mengetahui Hall of Fame dan Galeri Covid-19 setelah masuk ke dalam ruangan)"</i>	Research survei kebutuhan, demografi, media habit publik sasaran yang belum dilakukan	dengan ketiadaan riset khalayak terstruktur; informasi tidak menjangkau publik sebelum kunjungan
5	A. Tahap Riset	A3. GAP: Ketidadaan Riset Khalayak Sistematis	Jangkauan informasi terbatas pada existing followers media sosial	R-05	Bpk. Dani (Informan Pendukung), Wawancara 17 Juni 2026	<i>"Hampir sebetulnya, untuk Hall of Fame dan Galeri Covid-19 belum semua mengetahui informasi tentang keberadaannya. Mereka biasanya akan tahu itu sifatnya masih dari medsos, bagi mereka yang memiliki medsos yang terhubung langsung dengan Instagram Dispusipda."</i>	(Cutlip & Center, 2006) gap antara riset konten & audience research; organic reach yang belum menjangkau beyond existing audience	Memperkuat temuan gap riset; menjadi dasar rekomendasi pengembangan riset khalayak yang lebih sistematis
6	A. Tahap Riset	A4. Pandangan Ahli tentang Riset PR	Riset idealnya mencakup tiga aspek: lembaga, masyarakat, dan pemerintah	R-06	Ibu Mia Tania, M.I.Kom (Informan Ahli)	<i>"Risetnya itu bisa dilakukan dengan beberapa tahap ya yang pasti risetnya itu dilakukan di tiga</i>	(Cutlip & Center, 2006) <i>Environmental Scanning</i> tiga dimensi; sinergi dengan	Mengkonfirmasi dan memperluas analisis; menunjukkan bahwa riset DISPUSIPDA

						aspek yang pertama dari lembaga, yang kedua masyarakat, yang ketiga pemerintah yang mendukung pada strategi PR yang nantinya berkelanjutan."	Stakeholder Theory	baru kuat pada aspek lembaga, belum pada aspek masyarakat dan pemerintah
B. TAHAP PERENCANAAN STRATEGI PUBLIC RELATIONS DISPUSIPDA JABAR								
7	B. Tahap Perencanaan	B1. Penetapan Tujuan Komunikasi	Public awareness berbasis USP yang kuat	P-01	Ibu Arin (Informan Utama), Wawancara 17 Juni 2026	"Awareness biar sampai ke masyarakat bahwa kita tuh punya nih Galeri Covid-19, Hall of Fame, perpus yang kebetulan Galeri Covid-19 DISPUSIPDA itu pertama yang ada di Indonesia, biar masyarakat bisa belajar tentang Covid-19 itu bisa di sini."	(Cutlip & Center, 2006): <i>Communication Objectives</i> tujuan komunikasi yang jelas sebagai penentu arah seluruh kegiatan PR; Unique Selling Point (USP) dalam brand communication	Menetapkan awareness sebagai tujuan komunikasi utama dengan USP yang kuat (Galeri Covid-19 satu-satunya di Asia Tenggara); dasar seluruh pesan komunikasi
8	B. Tahap Perencanaan	B1. Penetapan Tujuan Komunikasi	USP Galeri Covid-19 satu-satunya di Asia Tenggara	P-02	Bpk. Dani (Informan Pendukung),	"Galeri Covid-19 yang hanya ada satu-satunya di Asia Tenggara."	(Cutlip & Center, 2006) Core Message pesan inti yang	Memperkuat nilai keunikan sebagai inti pesan

					Wawancara 17 Juni 2026		konsisten dan terdiferensiasi; Competitive Positioning dalam komunikasi lembaga publik	komunikasi; menjadi pembeda utama Dispusipda Jabar dari lembaga sejenis
9	B. Tahap Perencanaan	B2. Koordinasi Internal dan Gate-keeping	Sistem penyaringan informasi sebelum dipublikasikan	P-03	Bpk. Dani (Informan Pendukung), Wawancara 17 Juni 2026	<i>"Selalu ada. Karena HUMAS ini dapat mencakup informasi terhadap publik. Untuk menghindari hal-hal yang kiranya tidak bagus itu kita tidak mempubliknya. Tapi ada hal-hal yang harus dan tidak dipublikasikan."</i>	(Cutlip & Center, 2006) Information Management / Message Control pengelolaan batas informasi publik dan privat untuk konsistensi pesan	Mengkonfirmasi adanya gate-keeping sistematis sebagai mekanisme kontrol kualitas pesan; penting untuk menjaga konsistensi citra
10	B. Tahap Perencanaan	B2. Koordinasi Internal dan Gate-keeping	Arsiparis dan tim pelayanan terlibat dalam perencanaan	P-04	Ibu Arin (Informan Utama), Wawancara 17 Juni 2026	<i>"Yang pertama itu kita dari arsiparis dan pelayanan juga karena memang di sana ranahnya pelayanan."</i>	(Cutlip & Center, 2006) Integration of Service Content and PR integrasi substansi layanan dengan program komunikasi	Menunjukkan keunikan perencanaan PR lembaga kearsipan: PR tidak terpisah dari kualitas konten layanan

11	B. Tahap Perencanaan	B3. GAP: Belum Ada Indikator Terukur (SMART)	Tidak ada target kunjungan, followers, atau awareness yang ditetapkan	P-05	Ibu Arin (Informan Utama), Wawancara 17 Juni 2026 + Observasi Lapangan	"(Tidak ditemukan dokumen target terukur dalam perencanaan; verifikasi melalui wawancara dan observasi kesiapan program)"	(Cutlip & Center, 2006) SMART Planning Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound; gap antara penetapan tujuan dan pengukuran keberhasilan	Mengidentifikasi kelemahan kritis dalam perencanaan; tanpa indikator terukur, evaluasi objektif tidak dapat dilakukan
12	B. Tahap Perencanaan	B4. Pandangan Ahli tentang Perencanaan PR	Perencanaan harus dimulai dari pemetaan posisi citra dan kolaborasi eksternal	P-06	Ibu Mia Tania, M.I.Kom (Informan Ahli)	"Pertama ketika mau membangun citra lembaga itu adalah riset dulu. Misalkan sejauh mana sih citra lembaga ini di mata publik apakah citranya negatif, netral, positif, atau belum bisa diketahui. Nah, ini harus diketahui dulu."	(Cutlip & Center, 2006) SMART Planning; Image Positioning sebagai dasar perencanaan komunikasi yang efektif	Memperkuat analisis gap perencanaan; menambah dimensi pemetaan posisi citra dan kolaborasi eksternal (influencer, duta baca) yang belum dilakukan
C. TAHAP PELAKSANAAN STRATEGI PUBLIC RELATIONS DISPUSIPDA JABAR								
13	C. Tahap Pelaksanaan	C1. Program Wisata Literasi	Direct communication kunjungan	PL-01	Ibu Arin (Informan Utama) +	"Selain yang tadi, siapapun tidak cuma anak	(Cutlip & Center, 2006) Action and	Taktik utama direct communication;

			sekolah dan instansi ke <i>Hall of Fame & Galeri Covid-19</i>		Observasi Langsung, 17 Juni 2026	<i>sekolah ya, kalau ada dari instansi lain pasti kita ajak ke tempat yang dua itu, karena kalau udah di sana pasti kan foto-fotokan dan kita mengajak untuk nanti hasilnya diposting ke media sosialnya masing-masing ya, ya otomatis dilihat sama masyarakat di luarkan gitu."</i>	Communication implementasi taktik PR melalui program langsung; Earned Media Strategy	setiap kunjungan menjadi peluang penyebaran informasi organik via jaringan sosial pengunjung
14	C. Tahap Pelaksanaan	C1. Program Wisata Literasi	Observasi langsung antusiasme pengunjung	PL-02	Observasi Langsung Peneliti, 17 Juni 2026	<i>"(Pengamatan: 30 siswa dan 4 guru SMK Roudlotul Ulum aktif berfoto, membuat video, dan mempelajari artefak; kegiatan berlangsung pukul 08.20–11.00 WIB)"</i>	(Cutlip & Center, 2006) Communication Effectiveness antusiasme sebagai indikator awal keberhasilan taktik komunikasi langsung	Mengkonfirmasi efektivitas program wisata literasi melalui observasi faktual; daya tarik konten terbukti mendorong partisipasi aktif
15	C. Tahap Pelaksanaan	C2. Co-creation Konten dan	Pengajakan aktif pembuatan	PL-03	Ibu Arin (Informan Utama),	<i>"Kalau ada pengunjung yang datang ke Hall of Fame atau</i>	(Cutlip & Center, 2006) Participatory Communication;	Taktik co-creation content yang menempatkan

		Earned Media	reels bersama pengunjung		Wawancara 17 Juni 2026	<i>Galeri Covid-19 DISPUSIPDA JABAR itu kita ajak, ayo-ayo bikin konten yu, kita bikin reels untuk merangkul masyarakat."</i>	Co-creation Content sebagai taktik PR digital era media sosial; Sense of Belonging	pengunjung sebagai ko-produser pesan; menghasilkan earned media organik dengan kredibilitas tinggi
16	C. Tahap Pelaksanaan	C3. PUSLING sebagai Community Outreach	Perpustakaan keliling menjangkau masyarakat yang belum terjangkau	PL-04	Bpk. Dani (Informan Pendukung), Wawancara 17 Juni 2026	<i>"Solusinya kita selalu mengadakan namanya kegiatan PUSLING, perpustakaan keliling ini untuk memberikan informasi perpustakaan dan juga informasi tentang DISPUSIPDA sendiri, ada apa aja di dalam tubuh pembahasan ini kita informasikan kepada masyarakat yang belum terjangkau."</i>	(Cutlip & Center, 2006) Community Outreach upaya menjangkau publik yang tidak dapat datang langsung; Inclusive PR	Taktik community outreach yang mencerminkan komitmen inklusif lembaga publik; menjangkau audiens di luar radius digital

17	C. Tahap Pelaksanaan	C4. GAP: Konsistensi Pelaksanaan Menurun	Intensitas program mengalami penurunan dibandingkan periode awal	PL-05	Ibu Arin (Informan Utama), Wawancara 17 Juni 2026	<i>"Untuk saat ini walaupun lagi kurang, akhir-akhir ini lagi menurun, dulu pas awal-awal kita cukup masih mempertahankan itu, cuma memang untuk akhir-akhir ini kayanya perlu dibikin beberapa program lagi."</i>	(Cutlip & Center, 2006) Sustained Communication program PR efektif harus bersifat berkelanjutan, bukan bergantung pada momentum	Mengidentifikasi gap konsistensi pelaksanaan; menunjukkan risiko terhentinya pembangunan citra akibat penurunan intensitas program
18	C. Tahap Pelaksanaan	C4. GAP: Jangkauan Terbatas pada Existing Followers	Kesadaran publik rendah; informasi hanya diketahui melalui IG DISPUSIPDA	PL-06	Bpk. Dani (Informan Pendukung), Wawancara 17 Juni 2026	<i>"Hampir sebetulnya, untuk Hall of Fame dan Galeri Covid-19 belum semua mengetahui informasi tentang keberadaannya. Mereka biasanya akan tahu itu sifatnya masih dari medsos, bagi mereka yang memiliki medsos yang terhubung langsung dengan Instagram DISPUSIPDA."</i>	(Cutlip & Center, 2006) Organic Reach Limitation; tantangan beyond existing audience dalam strategi media sosial	Mengkonfirmasi keterbatasan jangkauan digital; menjadi dasar rekomendasi kolaborasi influencer, paid campaign, atau kemitraan media massa

19	C. Tahap Pelaksanaan	C5. Pandangan Ahli tentang Pelaksanaan PR	Pentingnya diversifikasi saluran dan program inovatif; tantangan dukungan pemerintah	PL-07	Ibu Mia Tania, M.I.Kom (Informan Ahli)	<i>"Yang tidak bisa dikondisikan itu adalah lembaga teratasnya sih dari pemerintah sendiri. Karena istilahnya dengan dana, entah support dana, moril, materi dari pemerintah itu yang Ibu rasa kayaknya kurang tersalurkan."</i>	(Cutlip & Center, 2006) Resource Adequacy efektivitas pelaksanaan PR bergantung pada ketersediaan sumber daya yang memadai	Memperluas analisis tantangan pelaksanaan: hambatan bersumber dari faktor struktural (dukungan pemerintah), bukan hanya faktor internal tim
D. TAHAP EVALUASI STRATEGI PUBLIC RELATIONS DISPUSIPDA JABAR								
20	D. Tahap Evaluasi	D1. Kesadaran Pentingnya Evaluasi	Evaluasi sebagai alat ukur ketercapaian tujuan dan keberlanjutan program	E-01	Ibu Arin (Informan Utama), Wawancara 17 Juni 2026	<i>"Untuk melihat apakah tujuan dari program itu sudah tercapai atau belum. Yang pasti sebenarnya mempertahankan itu lebih susah ya, untuk programnya tetap berkelanjutan."</i>	(Cutlip & Center, 2006) Evaluation penilaian efektivitas program; PR sebagai proses berkelanjutan bukan kampanye sesaat	Mengkonfirmasi kesadaran lembaga tentang fungsi evaluasi; menonjolkan tantangan keberlanjutan (sustainability) sebagai isu utama
21	D. Tahap Evaluasi	D1. Kesadaran Pentingnya Evaluasi	Evaluasi terinternalisasi di level staf	E-02	Bpk. Dani (Informan Pendukung),	<i>"Selalu semua kegiatan yang direncanakan di awal itu selalu"</i>	(Cutlip & Center, 2006) Improvement-Oriented Culture	Menunjukkan internalisasi nilai evaluasi di seluruh lapisan

			sebagai budaya kerja		Wawancara 17 Juni 2026	<i>ada evaluasi untuk lebih meningkatkan kinerja. Karena kalau tanpa evaluasi ya udah monoton, evaluasi ini untuk meningkatkan lebih baik lagi setelah apa yang kegiatan dilaksanakan itu evaluasinya."</i>	budaya evaluasi sebagai motor inovasi dan perbaikan program	organisasi; tanda positif budaya perbaikan berkelanjutan
22	D. Tahap Evaluasi	D2. GAP: Evaluasi Informal dan Tidak Terstruktur	Tidak ada forum evaluasi formal antar-divisi	E-03	Ibu Arin (Informan Utama), Wawancara 17 Juni 2026	<i>"Saat ini belum ada laporan, karena kita hanya punya laporan untuk program yang sudah dilakukan, sedangkan untuk yang belum ada itu belum sempurna. Kalau soal evaluasi di meja besar bersama-sama itu belum ada, jadi untuk catatan itu saja."</i>	(Cutlip & Center, 2006) Formal Evaluation sistem pelaporan terstandarisasi dan forum kolektif sebagai syarat evaluasi PR yang efektif	Gap kritis: tanpa forum formal, temuan tidak diintegrasikan ke perencanaan berikutnya; siklus PR berpotensi terputus (feedback loop lemah)

23	D. Tahap Evaluasi	D2. GAP: Indikator Evaluasi Hanya pada Level Output	Buku tamu sebagai satu-satunya ukuran keberhasilan	E-04	Ibu Arin (Informan Utama), Wawancara 17 Juni 2026	<i>"Indikatornya ya, oke indikator untuk melihatnya itu cuma pengunjung sih. Jadi setiap ada pengunjung itu mereka nanti mengisi buku tamu, jadi kita bisa melihat dari situ apakah strategi kita sudah berhasil atau belum."</i>	(Cutlip & Center, 2006) Output-Outcome- Impact Model evaluasi ideal mengukur tiga level: output (jumlah), outcome (perubahan sikap), impact (citra jangka panjang)	Mengidentifikasi gap pengukuran; buku tamu hanya mengukur output kuantitatif, tidak menyentuh outcome dan impact; dasar rekomendasi instrumen multi-dimensi
24	D. Tahap Evaluasi	D3. Respons Adaptif: Inovasi Program Berbasis Evaluasi	Program lomba dan pemilihan Duta Baca sebagai respons penurunan kunjungan	E-05	Ibu Arin (Informan Utama), Wawancara 17 Juni 2026	<i>"Paling kalau perubahan itu pelaksanaannya itu ditambahkan biasanya, seperti oh ini pengunjungnya kurang nih bisa diapain ya, apa programnya diperbaiki apa programnya ditambahkan, seperti mengadakan lomba, mengadakan pemilihan duta baca."</i>	(Cutlip & Center, 2006) Adaptive Management responsivitas terhadap hasil evaluasi; Public Engagement Strategy melalui program inovatif	Menunjukkan kekuatan adaptif lembaga; Duta Baca sebagai agen penyebaran pesan literasi di komunitas — strategi PR jangka panjang yang efektif

25	D. Tahap Evaluasi	D4. Pandangan Ahli tentang Model Evaluasi PR	Evaluasi multi-metode: survei masyarakat + FGD internal + komunikasi paraformal	E-06	Ibu Mia Tania, M.I.Kom (Informan Ahli)	<i>"Kalau masyarakat berarti harus menggunakan survei — bisa melalui kuesioner di media sosial, kuesioner dibagiin kepada para pengunjung, atau menggunakan outsourcing lembaga survei. Kemudian kalau evaluasinya ke lembaga berarti itu bisa FGD, forum group discussion."</i>	(Cutlip & Center, 2006) Multi-method Evaluation pengukuran output, outcome, impact secara bersamaan; rekomendasi instrumen evaluasi PR lembaga pemerintah	Memberikan rekomendasi konkret model evaluasi: survei publik + FGD internal + komunikasi one-to-one antar-pimpinan; mempertegas urgensi formalisasi evaluasi
----	--------------------------	---	---	------	--	--	---	--

Sumber: Olahan Peneliti (2026), berdasarkan data wawancara, observasi, dan teori (Cutlip & Center, 2006)

Keterangan Sistem Kategorisasi

Kategori Utama: 4 kategori sesuai model RACE (A) Riset, (B) Perencanaan, (C) Pelaksanaan, (D) Evaluasi

Sub-Kategori: Pengelompokan lebih spesifik dalam setiap kategori berdasarkan pola yang muncul dari data (praktik berjalan, gap, pandangan ahli)

Kode Data: Sistem alfanumerik huruf menunjukkan kategori (R=Riset, P=Perencanaan, PL=Pelaksanaan, E=Evaluasi), angka menunjukkan urutan unit data

Sumber Data: Triangulasi tiga sumber Informan Utama (Amin), Informan Pendukung (Dani), Informan Ahli (Mia Tania), dan Observasi Langsung Peneliti

Warna Baris: Biru (Riset) | Hijau tua (Perencanaan) | Ungu (Pelaksanaan) | Kuning-coklat (Evaluasi) | Merah muda (Gap) | Hijau muda (Positif/Kekuatan) | Krem (Pandangan Ahli)

Ringkasan Hasil Kategorisasi

Berdasarkan proses tipifikasi dan kategorisasi data yang dilakukan, penelitian ini mengidentifikasi 25 unit data yang terdistribusi dalam 4 kategori utama dan 17 sub-kategori. Distribusi data menunjukkan bahwa setiap tahap strategi PR DISPUSIPDA JABAR memiliki kekuatan sekaligus gap yang dapat dianalisis secara sistematis.

Dari 25 unit data, terdapat 12 unit yang menggambarkan praktik PR yang sudah berjalan dengan baik (termasuk pandangan ahli yang mengkonfirmasi), 9 unit yang mengidentifikasi gap atau kelemahan yang perlu diperbaiki, dan 4 unit dari pandangan ahli yang memberikan perspektif komparatif antara praktik empiris dengan standar ideal teori. Distribusi ini konsisten dengan karakteristik penelitian kualitatif studi kasus yang bertujuan memberikan gambaran mendalam (thick description) tentang fenomena, bukan sekadar mendaftar keberhasilan.

Secara keseluruhan, tipifikasi data menunjukkan bahwa strategi PR Dispupda Jabar berjalan secara organik dan kolaboratif dengan kekuatan utama pada keunikan konten dan kreativitas taktik digital. Namun, penguatan sistemik diperlukan pada tiga dimensi: (1) riset khalayak yang terstruktur, (2) perencanaan dengan indikator SMART yang terukur, dan (3) evaluasi multi-dimensi dengan forum formal dan feedback loop yang efektif ketiganya saling berkaitan dan menjadi prasyarat agar siklus RACE dapat berputar secara optimal dalam membangun citra lembaga.

\